



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ECONOMIA

TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE ECONOMISTA

**TEMA: “PROPUESTA PARA LA CREACION DEL SERVICIO DE
CATERING, EN LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX, DE LA
CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”.**

**TOPIC: “OVERTURE FOR THE CREATION OF CATERING
SERVICE AT ETATEX TRADING COMPANY, IN QUITO CITY,
PICHINCHA PROVINCE”**

AUTOR: MIGUEL ANGEL VALENZUELA MORA

DIRECTORA DE TESIS: ECON. TATIANA LARA

2012

AGRADECIMIENTO

Pongo en manifiesto mi sincero agradecimiento a todos los profesores de la Universidad Central del Ecuador, específicamente a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, que con su paciencia y sabiduría me impartieron sus conocimientos y experiencia, bases fundamentales para la realización de mi tesis. Un agradecimiento especial para mi Directora de Tesis, quien me apoyó incondicionalmente con su inteligencia, responsabilidad y entereza durante la elaboración del presente trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, a mi esposa por su esfuerzo y apoyo, a mis padres por su presencia incondicional en los momentos difíciles, y sobre todo a mis hijas Paula y Pamela, que con su sonrisa inspiraron en mí la realización de esta importante etapa de mi vida.

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo Miguel Angel Valenzuela Mora, en calidad de autor del trabajo de investigación o tesis realizada sobre “PROPUESTA PARA LA CREACION DEL SERVICIO DE CATERING, EN LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX, DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8 y 19, y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 21 de Marzo de 2012

Firma

C.C. 171288001-0

INDICE DE TEXTOS

CAPITULO I.- PLAN DE TESIS

1.1.- Planteamiento del Problema.	1
1.2.- Delimitaciones	2
1.3.- Justificación, Importancia, Originalidad y Factibilidad	3
1.4.- Objetivos	4
1.5.- Hipótesis	5
1.6.- Marco teórico	6
1.7.- Variables e indicadores	11
1.8.- Metodología	12
1.9.- Técnicas de investigación	13
1.10.- Plan de contenidos	14

CAPITULO II.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1.- Oferta del servicio en la empresa Comercial Etatex.	18
2.1.1.- Análisis FODA	20
2.1.1.1.- Fortalezas	20
2.1.1.2.- Oportunidades	21
2.1.1.3.- Debilidades	21
2.1.1.4.- Amenazas	22
2.1.2.- Diamante de Porter	25
2.1.3.- Análisis de la competencia	28
2.2.- Breve diagnostico de la empresa Comercial Etatex.	30
2.3.- Análisis de la demanda	33
2.4.- Muestra	35
2.5.- Encuesta.	36
2.6.- Segmentación del Mercado	44

CAPITULO III.- ESTUDIO TECNICO PARA LA LOCALIZACIÓN, TAMAÑO, E INGENIERÍA DEL PROYECTO.

3.1.- Localización del proyecto	48
---------------------------------	----

3.1.1.- Macro localización	49
3.1.2.- Micro localización.	50
3.1.3.-Criterio de selección de alternativas.	51
3.2.-Tamaño del proyecto.	52
3.3.- Ingeniería del proyecto	53
3.3.1.-Inversiones	54
3.3.1.1.-Inversiones Fijas	54
3.3.1.2.-Inversiones Diferidas	61
3.3.3.-Procedimiento Técnico	64

CAPITULO IV.- ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

4.1.- Costos y Gastos del proyecto	71
4.1.1.- Costos de Producción	71
4.1.1.1.- Costos Directos	72
4.1.1.2.- Costos Indirectos	72
4.1.2.- Depreciaciones y Amortizaciones	72
4.1.3.- Gastos Administrativos	73
4.1.4.- Gastos Financieros	74
4.1.4.1.- Estructura de la Deuda	74
4.1.4.2- Amortización de la Deuda	75
4.1.5.- Costos totales del proyecto	77
4.2.- Ingresos del proyecto	79
4.3.- Evaluación del proyecto	81
4.3.1.- Estado de Situación Inicial (Balance General)	82
4.3.2.- Estado de Resultados	83
4.3.3.- Flujo de Caja	86
4.4.- Indicadores de Rentabilidad	88
4.4.1.- Costo de Oportunidad	88
4.4.2.- Valor Actual Neto (VAN)	89
4.4.3.-Tasa Interna de Retorno (TIR)	91
4.4.4.- Punto de Equilibrio	92
4.5.- Indicadores Financieros	98

4.5.1.- Índice de Endeudamiento (IE)	99
4.5.2.- Índice de Rentabilidad Sobre las Ventas (IR)	99
4.5.3.- Rendimiento del Capital Propio (RCP)	99
4.5.4.-Índice de Cobertura de Intereses (ICI)	100

CAPITULO V.- PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA EMPRESA NUTRI CATERING

5.1.- Definición del negocio	101
5.2.- Constitución de la empresa	101
5.2.1.- Requisitos para la creación y funcionamiento	101
5.2.2.-Resolución de la superintendencia de compañías	103
5.2.3.- Permisos de Funcionamiento	107
5.3.- Funcionamiento de la empresa	113
5.3.1.- Organigrama Estructural de NUTRICATERING S.A.	114
5.3.1.1.- Reglamento Orgánico Funcional	114
5.4.- Estrategia Empresarial	116
5.4.1.- Misión	116
5.4.2.- Visión	117
5.4.3.- Principios y Valores Corporativos	117
5.5.- Marketing Mix	118

CAPITULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- Conclusiones	124
6.2.-Recomendaciones	126

INDICE DE CUADROS

Cuadro1.1 variables e indicadores	11
Cuadro1.2 cronograma de actividades	17
Cuadro2.1 FODA	24
Cuadro2.2 diamante de Porter	27
Cuadro 3.1 inversiones fijas	54
Cuadro 3.2 equipamiento y menaje	55
Cuadro 3.3 vehículo	56
Cuadro 3.4 equipo de computación	56
Cuadro 3.5 equipo de oficina	57
Cuadro 3.6 capital de trabajo	58
Cuadro 3.7 mano de obra directa	58
Cuadro 3.8 materia prima	59
Cuadro 3.9 mantenimiento y reparación	59
Cuadro 3.10 insumos	60
Cuadro 3.11 seguros	60
Cuadro 3.12 gastos de administración	61
Cuadro 3.13 estudios de investigación	62
Cuadro 3.14 gasto de puesta en marcha	62
Cuadro 3.15 gasto de constitución	63
Cuadro 3.16 patentes	63
Cuadro 3.17 inversiones diferidas	63
Cuadro 3.18 personal	65
Cuadro 3.19 menú semanal	70
Cuadro 4.1 depreciación en línea recta	73
Cuadro 4.2 gastos de administración	74
Cuadro 4.3 fuentes y usos	75
Cuadro 4.4 amortización de la deuda	76
Cuadro 4.5 proyección del presupuesto de costos	78
Cuadro 4.6 proyección de ingresos	80
Cuadro 4.7 estado de situación inicial balance general	83

Cuadro 4.8 estado de resultados	85
Cuadro 4.9 flujo de caja	87
Cuadro 4.10 valor actual neto	90
Cuadro 4.11 costos fijos y variables	93
Cuadro 4.12 punto de equilibrio	98
Cuadro 5.1 socios empresa	107

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. pregunta 1 encuesta	37
Gráfico 2. pregunta 2 encuesta	38
Gráfico 3. pregunta 3 encuesta	39
Gráfico 4. pregunta 4 encuesta	39
Gráfico 5. pregunta 5 encuesta	40
Gráfico 6. pregunta 6 encuesta	41
Gráfico 7. pregunta 7 encuesta	42
Gráfico 8. pregunta 8 encuesta	42
Gráfico 9. pregunta 9 encuesta	43
Gráfico 10. pregunta 10 encuesta	44
Gráfico 11. ubicación empresa Etafashion	46
Gráfico 12. ubicación empresa Nutricatering	50

RESUMEN EJECUTIVO

El capítulo 1, detalla la importancia, justificación, delimitación, objetivos e hipótesis, el marco teórico y referencial, así como también la metodología y técnicas de investigación utilizadas para la realización del presente proyecto.

El capítulo 2, describe el análisis FODA un estudio de la competencia, la historia de la empresa Etafashion y los resultados de la encuesta efectuada al personal de la misma.

El capítulo 3, plantea el estudio técnico, la localización, ingeniería y las inversiones pertinentes que permitirán poner en marcha la empresa

El capítulo 4, presenta el estudio financiero y económico del proyecto.

El capítulo 5, se concentra en la constitución legal de la empresa Nutricatering

El capítulo 6, detalla las conclusiones obtenidas después de realizado el proyecto, así como las recomendaciones necesarias para poder mantener los objetivos planteados.

EXECUTIVE SUMMARY

Chapter 1, describes the importance, justification, definition, objectives and hypotheses, the theoretical framework and reference, as well as the methodology and research techniques used for the realization of this Project.

Chapter 2, describes the strengths, weaknesses, opportunities, threats analysis, a study of competition, the Etafashion's history and the results of surveys applied to Etafashion's workers.

Chapter 3, presents the technical study, localization, engineering and investment which will enable the company operate.

Chapter 4 presents the financial and economic study about the project

Chapter 5 describes the legal constitution of Nutricatering Company

Chapter 6 details the conclusions made after the project and the necessary recommendations to maintain the objectives.

TEMA DE LA TESIS: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL SERVICIO DE CATERING, EN LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX, DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”.

PALABRAS CLAVES: SERVICIO DE CATERING / NECESIDADES CALÓRICAS PROTÉICAS / ESTUDIO DE MERCADO / SISTEMA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA.

AUTOR: MIGUEL ANGEL VALENZUELA MORA

E-MAIL: miguel.angelvalenzuela@hotmail.com

CAPITULO I.- PLAN DE TESIS

PROPUESTA PARA LA CREACION DEL SERVICIO DE CATERING, EN LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX, DE LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La disponibilidad de alimentos en el país satisface en promedio los requerimientos nacionales de energía de la población. Sin embargo, son evidentes las limitaciones que tienen los grupos empobrecidos de la sociedad para acceder a los productos alimenticios.

No existe un sistema adecuado de comercialización, que oferte los alimentos básicos a precios competitivos y accesibles para la población en general.

Muchos de los productos mantienen cadenas oligopsónicas o monopsónicas, que benefician a intermediarios y presentan altos diferenciales entre los precios al productor y consumidor.

La dieta de los ecuatorianos y otros factores ligados a sus estilos de vida determinan altos índices de enfermedades crónicas no transmisibles, seis de ellas están entre las diez primeras causas de morbi mortalidad general.

Es importante promover estilos de vida saludables y dietas balanceadas que provean la energía y nutrientes a la población sin llegar al consumo excesivo en ciertos grupos de la misma, lo cual es el motivo de mi propuesta.

Al analizar los factores que determinan un acceso inequitativo a los alimentos, y su repercusión sobre el estado nutricional, entre diferentes

sectores y estratos de la sociedad, sobresalen dos procesos claves: la producción y la productividad, y el funcionamiento de los mercados de productos laboral y financiero.

Desde la implementación del modelo neoliberal, la alimentación se ha visto más amenazada que nunca, porque se ha desarrollado toda una política de uso intensivo de todos los recursos: tierra, agua, biodiversidad, las políticas de ajuste estructural han obligado a utilizar las mejores tierras para producir para la exportación, a destruir los bosques, por la extracción intensiva de madera y a contaminar ríos y mares con desechos industriales.

A pesar de que el Ecuador es capaz de producir alimentos para cubrir con todas las demandas alimenticias de la población interna, y aún exportar, no todos los ecuatorianos gozan de seguridad alimentaria. Tres de cada diez niños menores de cinco años sufren de desnutrición. Entre las seis principales causas de muerte de niños menores de cinco años se incluye el crecimiento fetal lento y la desnutrición calórico – proteica.

2. DELIMITACIONES

2.1 DELIMITACION TEMPORAL

El presente es un estudio de coyuntura para el año 2010.

2.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El proyecto de servicio de catering se ubicará en el sector Norte de la capital, exactamente en el Sector del Hospital de Solca, calle De los Jazmines y Ramón Borja, en un local que cuenta con 84m² de construcción, lugar en el cual se realizará la elaboración y preparación de los alimentos para posteriormente entregarlos en la empresa Comercial Etatex.

2.3 DELIMITACION DE LAS UNIDADES DE OBSERVACIÓN

El estudio se concretará en el análisis calórico y alimenticio basado en una dieta de 2000 calorías diarias.

2.4 DELIMITACIÓN TEÓRICA

El estudio se identifica con el Sistema de Seguridad Alimentaria.

3. JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA, ORIGINALIDAD Y FACTIBILIDAD

3.1 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el potencial alimenticio de la gran mayoría de la población ecuatoriana se encuentra desatendido, lo que impide mejorar la calidad y la eficiencia de la población en su desempeño laboral, así como reducir los daños físicos e intelectuales para preservar la integridad del talento humano, el mismo que realizará sus actividades laborales en función de su concentración que se encuentra altamente ligada a una adecuada alimentación.

3.2 IMPORTANCIA

La alimentación es un derecho de todo ser humano, y el motivo de mi propuesta es cubrir las necesidades calóricas proteicas de los colaboradores, y funcionarios que laboran en la empresa Comercial Etatex, en un inicio, para posteriormente ampliar el servicio a otras empresas de la ciudad, para generar calidad del talento humano, con un consecuente desarrollo empresarial y de la comunidad en general.

3.3 ORIGINALIDAD

La propuesta que tengo el gusto de presentar tiene la originalidad de que toma en cuenta las necesidades de la empresas, sus dirigentes, empleados y colaboradores, tanto profesionales, económicas, así como de nutrición, por el hecho de que el servicio que se pone a disposición será de la más alta calidad en todos los aspectos.

3.4 FACTIBILIDAD

La investigación del presente estudio es factible, en la medida que se cuenta con una amplia información existente en libros, revistas y periódicos disponibles en las diferentes bibliotecas de la ciudad, así como también libros especializados en el tema, a cuya información se tienen libre acceso y esta a disponibilidad de todo público, adicionalmente siendo yo trabajador de la empresa mencionada se me permite la posibilidad de acceder a información de trascendental importancia para la elaboración del presente planteamiento.

Cabe destacar que también la accesibilidad a la información existente en Internet que constituye un apoyo fundamental para la realización de esta investigación.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta para la creación de un servicio de catering en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito, empresa Comercial Etatex, como una alternativa eficiente y saludable para una correcta alimentación, de

los empleados de la empresa antes mencionada, y como una propuesta rentable de emprendimiento empresarial.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ◆ Elaborar un diagnostico situacional de la empresa Comercial Etatex, que permita cuantificar la demanda insatisfecha de un servicio de catering que cuente con los más altos estándares de calidad, higiene y eficiencia que permita un adecuada alimentación, y como consecuencia un óptimo desempeño laboral.
- ◆ Elaborar el estudio técnico del servicio de catering, inicialmente para la Empresa Comercial Etatex, que brinde servicios especializados en alimentación.
- ◆ Efectuar el estudio financiero y económico que permita la posibilidad de implementar el servicio de catering en beneficio de colaboradores, funcionarios, personal en general de la Empresa Comercial Etatex.
- ◆ Efectuar una propuesta para la constitución de la empresa Nutri Catering, la misma q brindará el servicio de catering en la empresa Comercial Etatex.

5. HIPÓTESIS:

5.1. HIPÓTESIS PRINCIPAL:

- ◆ En la actualidad la empresa Comercial Etatex, no cuenta con un servicio de catering, que les permita desarrollar su recurso humano en forma óptima, lo que constituye una traba para el mejoramiento de su desempeño, generando un descontento de los colaboradores y empleados.

5.2. HIPÓTESIS DE TRABAJO:

- ◆ Una gran cantidad de trabajadores, para optimizar tiempo y recursos se ven en la necesidad de reducir su almuerzo, a comida con un alto aporte calórico pero deficiente en el sentido de nutrición para su salud.
- ◆ Muchas empresas por falta de información y un adecuado estudio sobre un eficiente servicio de catering se ven en la necesidad de exponer a sus empleados a exigentes jornadas de trabajo, con escasez de alternativas de producción de alimentos nutritivos, sanos y de calidad.
- ◆ El personal de la empresa Etafashion, en su gran mayoría se encuentra mal alimentada, lo que genera un problema de desnutrición entendiéndose a la misma no solo como el hecho de que no se alimente, sino que dicha alimentación no sea la indicada, cabe recalcar que la desnutrición no se presenta solo en infantes, sino en la población en general.
- ◆ Actualmente la empresa Comercial Etatex no cuenta con un servicio de catering, por lo que Nutri Catering tratara de dar soluciones al problema que tienen muchos trabajadores al momento de adquirir y consumir sus alimentos, ya sea en la mañana en donde se consume la primera comida del día y por ende es indispensable que se la consuma porque así desarrollan las personas energía física, y mental que es lo que necesitan los trabajadores.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 MARCO CONCEPTUAL Y CATEGORÍAS

Higiene alimentaría científica.- es la dietética como disciplina científica, nutrición, alimentos, regímenes e incluso recetas culinarias que han sido estudiadas, analizadas y experimentados en todos los aspectos.

Las calorías.- la caloría es la unidad adoptada en física para evaluar la cantidad de calor, y representa el calor necesario para elevar un grado la temperatura de un gramo de agua.

Los glúcidos.- llamados también carbohidratos o hidratos de carbono y también azúcares, son moléculas compuestas de carbono, oxígeno e hidrógeno. Forman parte de esta categoría:

- Los azúcares de frutas, de la miel, de la leche, etc.
- Los almidones de los cereales, de los tubérculos.
- Azúcares y almidones.

Los lípidos.- son todos los cuerpos grasos de origen animal o vegetal, y su estructura química es bastante complicada según sea su naturaleza de origen.

Los prótidos.- también denominados proteínas, albuminoides, o sustancias nitrogenadas, están compuestos de carbono, hidrógeno y oxígeno, pero se caracterizan por sus moléculas de nitrógeno, se distinguen:

- Los prótidos de origen animal: leche, huevos, quesos, carne y pescado
- Los prótidos de origen vegetal: cereales, legumbres, frutos secos, etc.

Las vitaminas.- en dosis infinitesimales, estas sustancias son indispensables para el desarrollo, el mantenimiento, y el funcionamiento del organismo, y su carencia causa diversos trastornos o lesiones. Son elaboradas por ciertas bacterias de la flora microbiana del suelo, las plantas las asimilan, los herbívoros las ingieren, y el hombre las absorbe en su alimentación vegetal o animal, y las almacena en las glándulas, el corazón, el hígado y los riñones.

Vitamina A (provitamina A, caroteno).- asegura el crecimiento de los niños, la resistencia a las infecciones, y la protección y buen funcionamiento de los ojos.

Vitamina B₁ (aneurina o tiamina) .- interviene en el crecimiento, favorece la digestión y la asimilación y desempeña un papel principal en el metabolismo de los glúcidos.

Vitamina B₂ (lactoflavina, riboflavina).- preside la utilización de los azúcares, es necesaria para la vida de ciertas células: sistema nervioso, aparato respiratorio, retina.

Vitamina B₆ (adermina, piridoxina).- regulariza el metabolismo de los tejidos del hígado, del sistema nervioso y de la piel.

Vitamina C (ácido ascórbico).- favorece el desarrollo de huesos y dientes, asegura la integridad de los capilares y de la sangre, estimula el crecimiento, rebaja la tensión, disminuye el azúcar en la sangre.

Vitamina D.- interviene en la osificación y eleva el índice del calcio y el fósforo en la sangre.

Vitamina E.- desempeña un papel primordial en la reproducción, en la fecundidad y en las funciones nerviosas y musculares.

Vitamina k.- favorece la coagulación de la sangre (al elevar rápidamente el nivel de protrombina en la sangre).

Vitamina PP.- tiene una misión fundamental en la respiración de la células, en las secreciones del estomago y como protección de los glóbulos rojos; acelera el crecimiento y es indispensable para el buen funcionamiento del sistema nervioso central.

6.2 MARCO REFERENCIAL

El estudio se identifica con el Sistema de Seguridad Alimentaria el mismo que manifiesta lo siguiente:

La seguridad alimentaria implica la determinación y el abastecimiento de los requerimientos de los alimentos de la población a partir de la producción local y nacional, respetando la diversidad productiva y cultural y para mantener dicha seguridad es necesario que haya una promoción y recuperación de las prácticas y tecnologías tradicionales, que aseguren que la conservación de la biodiversidad y la protección de la producción local y nacional. Para ello es necesario garantizar el acceso al agua, la tierra, los recursos genéticos y el desarrollo de mercado justo y equitativo.

Durante la década de los 90 se iniciaron varios procesos trascendentales que permitieron a Ecuador y al mundo considerar las políticas de seguridad alimentaria como políticas para el desarrollo social y económico del Estado. A nivel internacional se asistió al abandono de los modelos de planificación centralizada, a la apertura comercial y la consolidación de la Organización Mundial de Comercio.

El Ecuador ha enfrentado una coyuntura difícil, pues la crisis se ha traducido en una reducción del crecimiento económico, en el aumento del desempleo y subempleo que se manifiestan en más del 60% de la población económicamente activa. La dolarización no estuvo acompañada de un descenso inmediato de la inflación, actualmente el país se desenvuelve con la nueva moneda en inflación, se pretende mejorar los niveles de productividad y competitividad para permitir que la economía aumente su disponibilidad de divisas.

Según las encuestas de condiciones de vida la incidencia de la pobreza a nivel nacional aumento de 34% a 46% y 56% en los últimos años. Asimismo

la indigencia se incrementó de 12% a 17% y 21% (SIISE). La población más vulnerable se encuentra en el área rural de la Sierra, y la pobreza e indigencia afectan sobretodo a los grupos indígenas (83% y 51% respectivamente).

Tal situación se reflejó en los indicadores de desnutrición que son mayores en el campo y en los grupos indígenas de la sierra. La desnutrición se localiza también en áreas muy particulares de la Costa especialmente en las provincias de Guayas y Manabí, en los suburbios de las metrópolis y ciudades medianas. A partir de 1999 se produjo un mayor deterioro de la situación alimentaria por los efectos de la crisis económica.

La disponibilidad de alimentos en el país satisface en promedio los requerimientos nacionales de energía de la población. Sin embargo son evidentes las limitaciones que tienen los grupos empobrecidos de la sociedad para acceder a los productos alimenticios.

7.VARIABLES E INDICADORES

CUADRO1.1 VARIABLES E INDICADORES

HIPÓTESIS	CATEG.	VARIAB.	INDIC.	FUENTE
En la actualidad la empresa Comercial Etatex, no cuenta con un servicio de catering, que les permita desarrollar su recurso humano en forma óptima, lo que constituye una traba para el mejoramiento de su desempeño, generando un descontento de los colaboradores y empleados.	Condiciones de vida	Pobreza por NBI	40,6 %	INEC
Una gran cantidad de trabajadores para optimizar tiempo y recursos se ven en la necesidad de reducir su almuerzo, a comida con un alto aporte calórico pero deficiente en el sentido de nutrición para su salud.	Optimizar tiempo Aporte calórico	Horas Calorías/día dieta diaria recomend.	30 minutos 2000	Trabajadores OMS
Muchas empresas por falta de información y un adecuado estudio sobre un eficiente servicio de catering se ven en la necesidad de exponer a sus empleados a exigentes jornadas de trabajo, con escasez de alternativas de producción de alimentos nutritivos, sanos y de calidad.	Publicidad y promoción Tiempo de trabajo	Propaganda Horas/día	n.d. 8 horas	Trabajadores Trabajadores
El personal de la empresa Etafashion, en su gran mayoría se encuentra mal alimentada, lo que genera un problema de desnutrición entendiéndose a la misma no solo como el hecho de que no se alimente, sino que dicha alimentación no sea la indicada, cabe recalcar que la desnutrición no se presenta solo en infantes, sino en la población en general.	Alimentación inadecuada Desnutrición	Pirámide alimenticia Relación peso-talla	Dieta 2000 calorías diarias	OMS SIIES
Actualmente la empresa Comercial Etatex no cuenta con un servicio de catering por lo que Nutri Catering tratara de dar soluciones al problema que tienen muchos trabajadores al momento de adquirir y consumir sus alimentos ya sea en la mañana en donde se consume la primera comida del día y por ende es indispensable que se la consuma porque así desarrollan las personas energía física y mental que es lo que necesitan los trabajadores.	Talento humano	Eficiencia y competencias		encuesta realizada por autor

Elaborado por: El Autor

8.- METODOLOGÍA

En toda investigación, cumple un papel primordial la utilización de determinados métodos, que permitan cumplir con los objetivos propuestos. “Ante todo se debe reconocer que no puede existir ciencia sin método, puesto que la ciencia es primordialmente investigación”¹. Por tal razón, para fines de nuestra investigación se pretende trabajar con los métodos detallados a continuación:

8.1.1. MÉTODO DE OBSERVACIÓN.- esta técnica permite formar ideas y nociones casi siempre acertadas acerca de la realidad que nos rodea, por lo cual la consideramos adecuada para el desarrollo de nuestra investigación.

8.1.2. MÉTODO DEDUCTIVO.- Mediante la utilización de este método vamos a partir de las concepciones generales acerca del problema que estamos investigando, y de esta manera llegar a lo particular.

8.1.3. MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS.- Con este método se pretende realizar un análisis acerca de la problemática existente, en torno al problema para luego sintetizarlas en base a los datos obtenidos.

8.1.4.- MÉTODO HISTÓRICO.- Dicho método se lo utilizará en su forma retrospectiva, mediante el cual vamos a estudiar el fenómeno desde los momentos actuales, es decir su expresión presente hacia las manifestaciones anteriores, resaltando los nexos y las relaciones constantes que entre esos diferentes momentos se establecen, lo cual nos permite realizar una comparación de los resultados que se obtengan con la situación anterior de la comunidad.

¹ ANDINO Patricio “Técnicas de Investigación Científica”

9. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN²

Se trabajará con las técnicas siguientes:

9.1. TÉCNICAS DOCUMENTALES

- Lectura.
- Subrayado
- Resúmenes.- es decir obtener información de un libro, revista, etc. sin cambiar el contenido del mismo.
- Reseñas.- obtener información sin cambiar el contenido, pero también con un aporte o crítica por parte del investigador.

9.2. TÉCNICAS DE CAMPO

Se trabajará con:

- Entrevistas a personal especializado que conozca perfectamente el tema.
- Encuestas, con la finalidad de conocer en forma acertada la realidad de los habitantes de la comunidad mediante la utilización de datos estadísticos.
- La técnica del muestreo.

9.3 TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

Debido a la naturaleza de la investigación se debe trabajar con cuadros y gráficos de estadística descriptiva, los mismos que permitirán obtener, información más precisa, tabular los datos, y analizarlos con un mínimo de error.

² VALDERRAMA Santiago “Métodos y Técnicas de Investigación Científica”

10. PLAN DE CONTENIDOS

CAPITULO I.- PLAN DE TESIS

- 1.1.- Planteamiento del Problema.
- 1.2.- Delimitaciones
- 1.3.- Justificación, Importancia, Originalidad y Factibilidad
- 1.4.- Objetivos
- 1.5.- Hipótesis
- 1.6.- Marco teórico
- 1.7.- Variables e indicadores
- 1.8.- Metodología
- 1.9.- Técnicas de investigación
- 1.10.- Plan de contenidos

CAPITULO II.- ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1.- Oferta del servicio de catering en la empresa Comercial Etatex.
 - 2.1.1.- Análisis FODA
 - 2.1.1.1.- Fortalezas
 - 2.1.1.2.- Oportunidades
 - 2.1.1.3.- Debilidades
 - 2.1.1.4.- Amenazas
 - 2.1.2.- Diamante de Porter
 - 2.1.3.- Análisis de la competencia
- 2.2.- Breve diagnostico de la empresa Comercial Etatex.
- 2.3.- Análisis de la demanda
- 2.4.- Muestra
- 2.5.- Encuesta.
- 2.6.- Segmentación del Mercado

CAPITULO III.- ESTUDIO TECNICO PARA LA LOCALIZACIÓN, TAMAÑO, E INGENIERÍA DEL PROYECTO.

- 3.1.- Localización del proyecto
 - 3.1.1.- Macro localización
 - 3.1.2.- Micro localización.
 - 3.1.3.-Criterio de selección de alternativas.
- 3.2.-Tamaño del proyecto.
- 3.3.- Ingeniería del proyecto
 - 3.3.1.-Inversiones
 - 3.3.1.1.-Inversiones Fijas
 - 3.3.1.2.-Inversiones Diferidas
 - 3.3.3.-Procedimiento Técnico

CAPITULO IV.- ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

- 4.1.- Costos y Gastos del proyecto
 - 4.1.1.- Costos de Producción
 - 4.1.1.1.- Costos Directos
 - 4.1.1.2.- Costos Indirectos
 - 4.1.2.- Depreciaciones y Amortizaciones
 - 4.1.3.- Gastos Administrativos
 - 4.1.4.- Gastos Financieros
 - 4.1.4.1.- Estructura de la Deuda
 - 4.1.4.2- Amortización de la Deuda
 - 4.1.5.- Costos totales del proyecto
- 4.2.- Ingresos del proyecto
- 4.3.- Evaluación del proyecto
 - 4.3.1.- Estado de Situación Inicial (Balance General)
 - 4.3.2.- Estado de Resultados
 - 4.3.3.- Flujo de Caja
- 4.4.- Indicadores de Rentabilidad

- 4.4.1.- Costo de Oportunidad
- 4.4.2.- Valor Actual Neto (VAN)
- 4.4.3.-Tasa Interna de Retorno (TIR)
- 4.4.4.- Punto de Equilibrio
- 4.5.- Indicadores Financieros
 - 4.5.1.- Índice de Endeudamiento (IE)
 - 4.5.2.- Índice de Rentabilidad Sobre Las Ventas (IR)
 - 4.5.3.- Rendimiento del Capital Propio (RCP)
 - 4.5.4.-Índice de Cobertura de Intereses (ICI)

CAPITULO V.- PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA EMPRESA NUTRI CATERING

- 5.1.- Definición del negocio
- 5.2.- Constitución de la empresa
 - 5.2.1.- Requisitos para la creación y funcionamiento
 - 5.2.2.-Resolución de la superintendencia de compañías
 - 5.2.3.- Permisos de Funcionamiento
- 5.3.- Funcionamiento de la empresa
 - 5.3.1.- Organigrama Estructural de la Empresa NUTRICATERING S.A.
 - 5.3.1.1.- Reglamento Orgánico Funcional
- 5.4.- Estrategia Empresarial
 - 5.4.1.- Misión
 - 5.4.2.- Visión
 - 5.4.3.- Principios y Valores Corporativos
- 5.5.- Marketing Mix

CAPITULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 6.1.- Conclusiones
- 6.2.-Recomendaciones

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																					
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				
SEMANAS	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	
ACTIVIDADES																																					
Planteamiento del problema	X																																				
Recolección de Datos		X	X																																		
Organización y selección de información				X																																	
Interpretación y Análisis de datos					X																																
Elaboración del Capítulo I						X	X	X																													
Corrección del Capítulo I									X	X																											
Elaboración del Capítulo II											X	X	X																								
Corrección del Capítulo II														X	X																						
Elaboración del Capítulo III																X	X	X																			
Corrección del Capítulo III																		X	X																		
Elaboración Capítulo IV																				X	X	X															
Corrección Capítulo IV																					X	X															
Elaboración Capítulo V																							X	X	X												
Corrección Capítulo V																											X	X									
Elaboración de conclusiones y recomendaciones																													X								
Entrega de borrador final al director																														X							
Corrección final																															X						
Encuadernación																																X					
Defensa de tesis																																	X				

CUADRO1.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CAPITULO II.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OFERTA DEL SERVICIO DE CATERING EN LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX DE LA CIUDAD DE QUITO

Se entiende por oferta a las distintas cantidades que un productor puede entregar al consumidor a diferentes precios.³

En la actualidad la empresa Comercial Etatex, no cuenta con un servicio de catering, que permita desarrollar su recurso humano en forma óptima, lo que constituye una traba para el mejoramiento de su desempeño, generando un descontento de los colaboradores y empleados, que se ven en la necesidad de recurrir a alimentos elevados en calorías y muy poco recomendables para suplir las necesidades de alimentación diarias.

La alimentación es un derecho de todo ser humano, y el motivo de mi propuesta es cubrir las necesidades calóricas proteicas de los colaboradores, y funcionarios que laboran en la empresa Comercial Etatex.

Al crear este proyecto quiero dar a conocer el Servicio de Catering, cambiando así el paradigma de que el mismo, solo puede ser adquirido por personas de clase social alta. Por el contrario el catering es un servicio de comidas que ofrece a las personas, además del deleite en su paladar, una atención especializada por parte de personal capacitado en el servicio al cliente; y a todo esto se suma la posibilidad de que se tenga una buena alimentación, acorde con los estándares internacionales.

Debido a que muchos empleados de la empresa Etafashion, se sienten inconformes con la comida que deben consumir a diario por motivo de que no cumplen con sus preferencias, ya que disponen de un tiempo limitado para

³ PUGA René, “Microeconomía”

poder alimentarse, mi propuesta pretende solucionar aquellos problemas que aquejan cada vez más al trabajador en la hora del coffee break y lunch por ello mi proyecto tendrá como meta satisfacer necesidades de buena alimentación.

El servicio que se oferta incluye el traslado de todo el material necesario para implementar y adecuar el lugar donde los colaboradores van a poder disfrutar de su comida sin tener que perder tiempo a la hora de almorzar.

Dependiendo del espacio que la empresa proporcione y la cantidad del personal con el que cuente la misma, se realizará el montaje e implementación de mesas, sillas, manteles, vajillas, bandejas térmicas, charolas, vasos, cubiertos, ollas para el traslado de alimentos, etc.

El objetivo con el cliente es el de maximizar el valor entregado al cliente en cuanto al servicio que se proporcionará, al hablar sobre la maximización de valor entregado al cliente hago referencia al valor total para el cliente y el costo que este representa. Se brindará a los colaboradores de Etafashion un mejor producto (Valor del producto) porque se contará con una variedad en el menú diario, se ofrecerá un mejor servicio (Valor del Servicio) lo que consiste en implementar el restaurante-ambulante en la empresa acogedor con estrictas normas de higiene y calidad. Para que los colaboradores disfruten de un lugar apropiado al momento de alimentarse, con esto se desea maximizar el Valor del Personal y de la Imagen.

De esta forma se compensará el costo que tiene para el empleado, en lo que se refiere a Costo Monetario, tiempo, Costo de energía, y el costo de oportunidad con respecto a la alimentación que mantienen actualmente, para que se sienta conforme con el pago que realiza para obtener el servicio de Catering.

Para determinar la cadena de suministro de la oferta del servicio de Catering a la empresa Comercial Etatex, es necesario integrar la adquisición de

materiales, transformación de bienes intermedios, productos finales y distribución del producto a los clientes con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad a los empleados que laboran en la mencionada empresa.

Para cumplir con este objetivo se debe contar con proveedores especializados, que ofrezcan insumos para llevar a cabo la elaboración de nuestros productos para reducir gastos y maximizar el valor del producto hasta que llegue al cliente. Se trata principalmente de brindar un producto de calidad, con costos reducidos para alcanzar una reacción rápida al mercado. Todo esto es posible de conseguir con la ayuda de proveedores calificados que ofrezcan a la empresa insumos que cumpla con tiempos de entrega (Just In Time) y las normas de calidad necesarias para elaborar un excelente producto.

2.1.1 Análisis FODA

Es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa), y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

Es la herramienta estratégica por excelencia más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización.⁴

2.1.1.1 Fortalezas

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase⁵. Entre las fortalezas del proyecto podemos citar las siguientes:

⁴ José María Carrillo de Albornoz y Serra "Manual de autodiagnóstico estratégico"

⁵ José María Carrillo de Albornoz y Serra "Manual de autodiagnóstico estratégico"

- Las personas cada vez se sienten más inconformes con el tipo de comida que consumen en los restaurantes aledaños a la oficina matriz de la empresa Comercial Etatex, de la ciudad de Quito, lo que permite justificar la implantación de un servicio de catering en la misma.
- Se cuenta con personal capacitado en la preparación de alimentos, para asegurar que éstos, no sean demasiado condimentados o con exceso de grasa, y cumplan con la dieta diaria recomendada por la OMS.
- Diversificación y variedad en el menú que constaría de dos opciones diarias para la hora del almuerzo, a elección de los clientes.

2.1.1.2 Oportunidades

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas, pueden ser aprovechadas⁶.

- En el mercado ecuatoriano no es muy conocido el término de catering, por consiguiente la gente no está familiarizada con este servicio, pero es precisamente allí donde tenemos la oportunidad de dar a conocer a las personas que trabajan en las diversas empresas del país, la opción de contar con este servicio, como complemento de su alimentación.
- La predisposición del personal de la Empresa Comercial Etatex para colaborar con el desarrollo del presente proyecto, y por ende de la compañía.
- Posibilidad de un futuro cercano instaurar el servicio de catering motivo de mi propuesta, en las sucursales de la empresa Etafashion del norte de Quito, y posteriormente de toda la capital.

2.1.1.3 Debilidades

Las Debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización⁷.

⁶ José María Carrillo de Albornoz y Serra "Manual de autodiagnóstico estratégico"

⁷ José María Carrillo de Albornoz y Serra "Manual de autodiagnóstico estratégico"

Entre las debilidades encontradas tenemos:

- Inexistente capacitación al personal de la empresa, en temas relacionados con el servicio de catering.
- Falta de infraestructura para la adecuación del menaje necesario, para poder servir a los colaboradores de la empresa los alimentos.
- Falta de experiencia en el sector.

2.1.1.4 Amenazas

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla⁸.

Se puede detallar las siguientes:

- En la capital existe amplia competencia en el mercado alimenticio lo que nos lleva a pensar que nuestro servicio debe de brindar un mejor valor agregado de lo que ellos ofrecen para de esta manera poder sobresalir sobre la competencia.
- Una buena parte de los trabajadores ya están acostumbrados a adquirir sus alimentos en ciertos lugares que ellos han conocido con el pasar el tiempo y por esta razón en varias ocasiones se rehúsan a probar otras opciones por miedo de que el tipo de alimento que ofrezcan en dichos lugares no cumplan con los adecuados estándares de limpieza y calidad, así como de satisfacción a su paladar.

CALIFICACIÓN		PONDERACIÓN	
0	Nada importante	0	Evento que no está presente
1	Casi nada importante	0.1	Evento muy poco presente
2	Muy poco importante	0.2	Evento poco presente
3	Poco importante	0.3	Evento casi nada presente
4	Casi nada no importante	0.4	Evento algo presente
5	Mas o menos importante	0.5	Evento tan presente como n
6	Casi nada importante	0.6	Evento algo presente
7	Algo importante	0.7	Evento presente
8	Casi muy importante	0.8	Evento casi muy presente
9	Muy importante	0.9	Evento muy presente
10	Totalmente importante	1.0	Evento totalmente presente

⁸ José María Carrillo de Albornoz y Serra "Manual de autodiagnóstico estratégico"

<u>ANÁLISIS FORTALEZAS</u>	<u>Pond.</u>	<u>Calif.</u>	<u>Resul. Ponderado</u>
Las personas cada vez se sienten más inconformes con el tipo de comida que consumen en los restaurantes aledaños a la oficina matriz de la empresa Comercial Etatex, de la ciudad de Quito, lo que permite justificar la implantación de un servicio de catering en la misma.	0.9	9	8.1
Se cuenta con personal capacitado en la preparación de alimentos, para asegurar que éstos, no sean demasiado condimentados o con exceso de grasa, y cumplan con la dieta diaria recomendada por la OMS.	1.0	8	8.0
Diversificación y variedad en el menú que constaría de dos opciones diarias para la hora del almuerzo, a elección de los clientes.	1.0	10	10.0
TOTAL	2.9	27	26.1

Promedio: 26.1/3 = 8.70

Elaborado por: El Autor

<u>ANÁLISIS OPORTUNIDADES</u>	<u>Pond.</u>	<u>Calif.</u>	<u>Resul. Ponderado</u>
En el mercado ecuatoriano no es muy conocido el término de catering, por consiguiente la gente no está familiarizada con este servicio, pero es precisamente allí donde tenemos la oportunidad de dar a conocer a las personas que trabajan en las diversas empresas del país, la opción de contar con este servicio, como complemento de su alimentación.	0.9	10	9.0
La predisposición del personal de la Empresa Comercial Etatex para colaborar con el desarrollo del presente proyecto, y por ende de la compañía.	1.0	8	8.0
Posibilidad de un futuro cercano instaurar el servicio de catering motivo de mi propuesta, en las sucursales de la empresa Etafashion del norte de Quito, y posteriormente de toda la capital.	0.8	9	7.2
TOTAL	2.7	27	24.2

Promedio: 24.2/3 = 8.07

Elaborado por: El Autor

<u>ANÁLISIS DEBILIDADES</u>	<u>Pond.</u>	<u>Calif.</u>	<u>Resul. Ponderado</u>
Inexistente capacitación al personal de la empresa, en temas relacionados con el servicio de catering.	0.8	7	5.6
Falta de infraestructura para la adecuación del menaje necesario, para poder servir a los colaboradores de la empresa los alimentos.	0.7	8	5.6
Falta de experiencia en el sector	0.8	8	6.4
TOTAL	2.3	23	17.6

Promedio: 17.6/3 = 5.87

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS AMENAZAS	Pond.	Calif.	Resul. Ponderado
En la capital existe amplia competencia en el mercado alimenticio lo que nos lleva a pensar que nuestro servicio debe de brindar un mejor valor agregado de lo que ellos ofrecen para de esta manera poder sobresalir sobre la competencia	0.8	8	6.4
Una buena parte de los trabajadores ya están acostumbrados a adquirir sus alimentos en ciertos lugares que ellos han conocido con el pasar el tiempo y por esta razón en varias ocasiones se rehúsan a probar otras opciones por miedo de que el tipo de alimento que ofrezcan en dichos lugares no cumplan con los adecuados estándares de limpieza y calidad, así como de satisfacción a su paladar	0.8	9	7.2
TOTAL	1.6	17	13.6

Promedio: $13.6/2 = 6.80$

Elaborado por: El Autor

CUADRO2.1 FODA

ANÁLISIS FODA	PROMEDIO
FORTALEZAS	8.70
OPORTUNIDADES	8.07
DEBILIDADES	5.87
AMENAZAS	6.80

Elaborado por: El Autor

El análisis FODA, por sus iniciales de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, toma en cuenta tanto las variables exógenas como las variables endógenas que pueden beneficiar o perjudicar a la empresa y su operación.

Por lo tanto es importante que se realice la respectiva ponderación y calificación de los mencionados elementos para mediante las restas respectivas, tanto entre vocales como consonantes del análisis FODA, obtener el posicionamiento de la empresa.

VARIABLE EXÓGENA.- resulta de restar las vocales del FODA es decir oportunidades y amenazas.

$$8,07 - 6,80 = 1,27$$

VARIABLE ENDÓGENA.- resulta de restar las consonantes del análisis FODA, fortalezas y debilidades.

$$8,70 - 5,87 = 2,83$$

	Fortalezas	Debilidades	Totales
Análisis Interno	8,70	5,87	2,83
	Oportunidades	Amenazas	
Análisis Externo	8,07	6,80	1,27

El posicionamiento nos permite analizar si el desarrollo del proyecto depende de las variables endógenas o de las exógenas.

La variable endógena arroja un resultado de 2,83; mientras que la variable exógena es de 1,27 obteniendo una diferencia de 1.56; este resultado nos permite concluir que en nuestra empresa priman las características internas, es decir que las decisiones para el desarrollo del proyecto depende de los inversionistas.

2.1.2.-DIAMANTE DE PORTER

Michael Porter, manifiesta que una nación alcanza su éxito en un determinado sector en base a cuatro factores fundamentales, plantea un modelo para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo, por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos. Desarrolla el modelo del diamante de competitividad que relaciona las cuatro fuentes de ventajas competitivas que se derivan de la ubicación de las empresas, sectores y sus interrelaciones.

Las Fuerzas de Porter, se traducen en: **Fuerza 1.-** Poder de negociación de los Compradores o Clientes. **Fuerza 2.-** Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores. **Fuerza 3.-** Amenaza de nuevos entrantes. **Fuerza 4.-** Amenaza de productos sustitutivos. **Fuerza 5.-** Rivalidad entre los competidores.

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Según Michael Porter la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro factores o elementos⁹:

1.- Condición de los Factores.-

Hace mención a la posición de una nación, en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en el sector, es decir que cada nación posee un mayor o menor grado de factores de la producción , tales como recursos humanos, físicos, de conocimiento y de capital.

2.- Condiciones de la Demanda.-

Conforma el ritmo y carácter de la mejora en la innovación, por parte de las empresas de una nación, se refiere a la calidad que la empresa proporcione en sus productos lo que le permitirá competir con productos de características similares.

3.- Condición de Ayuda.-

Denominada también como sectores afines y de apoyo, constituye la presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos, es decir el servicio que requiere el sector servicios de catering de otras empresas para generar un mayor desarrollo.

⁹ Michael Porter 1980 Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar Industrias y Competidores)

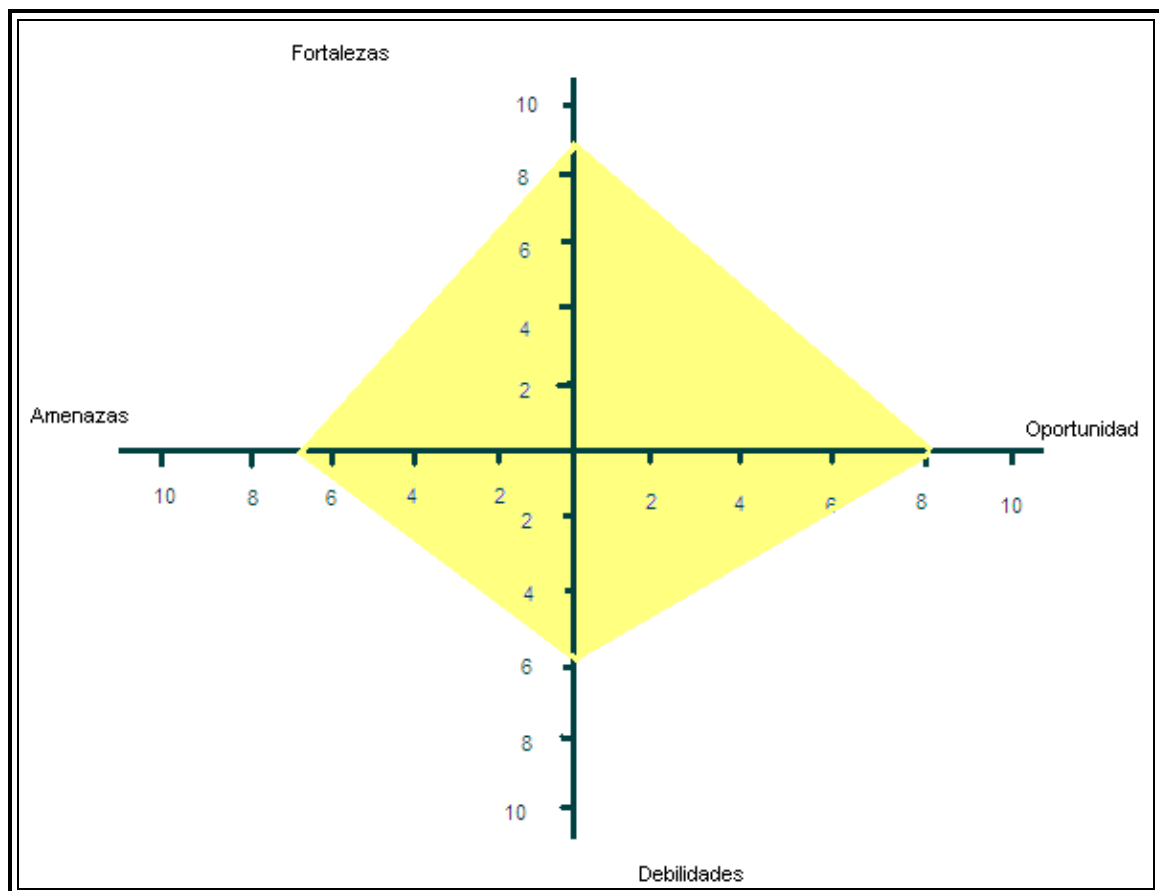
4.- Condición de Productividad.-

Llamada también de competencia, es importante mencionar que la rivalidad obliga a las empresas a buscar fuentes de ventaja competitiva de orden superior y más sustentable además ayuda a evitar algunas desventajas, tales como la excesiva gubernamental.

El diamante de Porter, es un instrumento de análisis que nos permite enfocarnos en el desarrollo y mejoramiento de la producción, tomando como base el análisis FODA, lo que se trata es de transformar las debilidades y amenazas, en fortalezas y oportunidades.

DIAMANTE DE PORTER

CUADRO2.2 DIAMANTE DE PORTER



Elaborado por: El Autor

2.1.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

“La competencia es aquélla situación en la que un gran número de empresas abastecen a un gran número de consumidores, y en la que ninguna empresa puede demandar u ofrecer una cantidad suficientemente grande para alterar el precio del mercado”¹⁰

Competitividad, es la capacidad de obtener beneficios superiores a la medida del entorno de referencia (competidores) y de mantenerlos de forma sostenida, incluso en circunstancias cambiantes.

En la competitividad, las definiciones de rentabilidad y sostenibilidad van unidas de forma ineludible a las acepciones de productividad y precio.

El objetivo de la competitividad es lograr que el producto cuente con la mayor calidad en la prestación, los mejores precios y una diferenciación consistente respecto de los productos de la competencia.

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

En la ciudad de Quito se puede registrar algunas empresas que prestan servicios de catering, entre las que podemos destacar:

Johanna Galiano Eventos, Empresa de Servicio de Catering con Comida 'gourmet', nacional e internacional. Cuyo precio es de US\$ 3,10 por almuerzo, y también de US\$ 9 por persona en el caso de eventos sociales.

Royal Banquet Hall ofrece fiestas para eventos, servicio de buffets con en sus propias instalaciones adecuadas para todo tipo de evento. Se está

¹⁰ ELSBY Frank, “Enciclopedia de Marketing”

implementando el servicio de catering ya que actualmente solo trabajan para eventos sociales.

Banquetes Monserrath manejo de eventos sociales y empresariales. El precio es de US\$ 3.00 por almuerzo.

SoloEventos Servicio de alquiler de Disco móvil, Sonido e Iluminación para eventos, bodas, matrimonios, fiestas, atienden todo tipo de eventos durante todo el año. El precio es de US\$ 2,80 por almuerzo más transporte.

Balzac Catering empresa de alimentación industrial, brinda servicio de catering para eventos, compromisos sociales y alimentación para empresas. Precio US\$ 3.50 por almuerzo.

Serinco es una empresa que se dedica al servicio de alimentación a nivel empresarial, cuenta con planta propia y servicio de Banquetes. El precio es de US\$ 2.50 por almuerzo.

Como se puede revisar en las descripciones de las empresas mencionadas, manejan un servicio de eventos, lo que incluye costos elevados ya que incluye mantelería, menaje, camareros, etc., y en la mayoría de los casos se entrega la comida para las empresas en recipientes desechables, lo que amerita incurrir en costos elevados para justificar el sueldo de todas las personas que colaboran con el servicio.

En el caso de la empresa motivo de mi propuesta, trabajaremos con normas de calidad, higiene y atención óptima al cliente, con la diferencia de que los alimentos una vez elaborados, serán trasladados a las oficinas de la empresa Comercial Etatex, y distribuidos en menaje de cerámica a los colaboradores para guardar estética, elegancia e higiene en la presentación de los alimentos, así como una estrecha relación con el medio ambiente y la sostenibilidad del mismo.

2.2. BREVE DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA COMERCIAL ETATEX.

Conocida por su nombre comercial ETAFASHION, la empresa comercial Etatex, es calificada como lo más destacado en moda nacional y confecciones hechas en Ecuador cuenta con varias sucursales en diferentes puntos de la ciudad, lo que garantiza su eslogan "La cadena de moda". Un imponente local matriz localizado en una arteria de gran circulación vehicular, permite a sus visitantes y clientes tener acceso fácil y rápido desde cualquier punto de la urbe. Venden en su mayoría artículos de vestir para toda la familia, en varios estilos: casual, semiformal, formal y formal deportivo en diferentes tipos de tela. Comercializa productos en forma masiva, reduciendo así los costos.



El nombre inicial de la empresa fue ETATEX Cía. Ltda., Se inauguró su primer local comercial en el año de 1963 en la calle Guayaquil del centro histórico de la ciudad de Quito, su fundador y dueño era el Sr. Emilio Marcovici Sabou que, junto con su esposa Eta Longaver, incursionaron en la comercialización de telas, pieles, artículos para el hogar: posteriormente se decidieron en vender ropa previamente fabricada. En 1978 se abrió el segundo almacén en la calle Venezuela, de igual modo en el centro de la ciudad. En 1984 abre un tercer local en el Centro Comercial Quicentro Shopping.

En el año 1987 el lamentable fallecimiento de su fundador hace que la Sra. Longaver y sus hijos William y Alfredo tomen las riendas de la empresa. El 14 de Septiembre de 1989 se constituye legalmente la empresa con el nombre de

COMERCIAL ETATEX Cía. Ltda., creciendo y consolidándose en el sector de ropa confeccionada.

En 1990 se crea un nuevo local en el Centro Comercial El Bosque estableciendo el cuarto almacén; 5 años después en 1995 se abren 2 locales, uno en el Centro Comercial Iñaquito (CCI) y el segundo el Centro Comercial El Recreo.

El constante crecimiento de la empresa se debe al concepto vanguardista que adoptan, sin descuidar las tendencias de moda, es por esto que en el año de 1997 la cadena de moda llega hasta la ciudad de Guayaquil inaugurando un local más en el Centro Comercial Mall del Sol y recientemente en el año 2001 se crea el último de sus almacenes en una de las calles principales de Guayaquil, la avenida 9 de octubre.

Las oficinas principales de la empresa están ubicadas en la Avenida 10 de agosto (Panamericana Norte) y Santa Lucía al norte de la ciudad de Quito, en donde además están dos de sus locales: uno Etafashion y otro Revolución de la Moda.

A continuación se detallan las direcciones de los diferentes almacenes:

Almacenes	Dirección
Pananorte	Av. 10 de agosto y santa lucía
Quicentro	Av. Naciones Unidas y Av. 6 de diciembre (Quicentro Shopping)
Bosque	Centro Comercial El Bosque
Calle Venezuela (Revolución de la Moda)	Centro Histórico de Quito
Calle Guayaquil en Quito	Centro Histórico de Quito
CCI	Centro Comercial Iñaquito
El Recreo	Centro Comercial El Recreo
Mall del Sol	Centro Comercial Mall del Sol (Gye)

Av. 9 de octubre	Av. 9 de Octubre y Chile
Revolución de la Moda	Av. 10 de agosto y santa lucía
Río Centro Sur	Centro Comercial Río Centro (Gye)
San Marino	Centro Comercial San Marino (Gye)
El Recreo (Revolución de la Moda)	Centro Comercial El Recreo
Los Granados (Revolución de la Moda)	Granados Outlet
Durán (Revolución de la Moda)	Durán Outlet
Terminal terrestre (Revolución de la Moda)	Terminal Terrestre (Gye)
Esmeraldas (Revolución de la Moda)	Esmeraldas
Condado	Centro Comercial El Condado
San Luís	Centro Comercial San Luís

Visión Comercial sobre la marca:

Ser la cadena líder en moda, con cobertura nacional y proyección internacional, sustentando su actividad en la calidad del producto y el servicio, la innovación, el entretenimiento y la tecnología, satisfaciendo plenamente las necesidades y expectativas de sus clientes.

Valores Éticos de la marca:



Confianza

Credibilidad

Precio Justo

Transparencia (excelencia)

Misión Comercial de la Marca:

Ser la marca de la mayor y mejor cadena Ecuatoriana de Almacenes de Moda, que se alía estratégicamente con sus proveedores y es reconocida por su capacidad de hacer sentir bien a sus clientes, ofreciéndoles una experiencia entretenida al momento de comprar, para incorporar permanentemente a nuevos clientes y mantener fieles a los actuales, generando confianza y credibilidad, a través de ofrecer los mejores productos, a precios justos y con servicio excelente.

Posicionamiento Esperado de la Marca

La única cadena de moda ecuatoriana con proyección internacional, dirigida al mercado de adultos jóvenes de clase media, con productos selectos, de muy buena calidad, de precio excelente, que ofrece promociones innovadoras, atractivas y creíbles, con un servicio extraordinario, diferente y divertido¹¹.

2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda se puede definir como: las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo constantes los demás determinantes en un periodo. Entre estos determinantes se puede mencionar: El precio del bien o servicio, el ingreso de los consumidores, el gusto y preferencia de los mismos, la población consumidora, entre otros¹².

Demanda Potencial.- Es la demanda que podría ser captada por encima de la demanda futura, a condición de que sean habilitados instrumentos de captación no aplicados anteriormente o de que se debiliten los ejercidos por oferentes sustitutos.

¹¹ Catálogo Empresa Etafashion

¹² PUGA René, "Microeconomía

Demanda objetiva.- es la parte de la demanda potencial, que ha sido prefijada para ser captada en un horizonte temporal definido¹³.

Teniendo en cuenta estos conceptos, nuestra demanda potencial sería el total de colaboradores de la Empresa Comercial Etatex, en las diversas sucursales de la ciudad de Quito, es decir un total de 460 personas, y para el caso de la demanda objetiva, tenemos a la cantidad de personas que trabajan en Etafashion de la Panamericana Norte, que incluye, tanto el personal del local, como los departamentos de administración, sistemas y crédito y cobranzas.

El proyecto, utilizará el método de la Demanda Total de Mercado con el cual se definirá el volumen total que compraría un determinado grupo de consumidores, en una zona geográfica definida, en un período de tiempo establecido y en un entorno de selección específico.

De esta forma se obtendrá información acerca de cuánto será la demanda por medio de la siguiente fórmula:

$$Q = n \times q \times p$$

Q = Demanda total del mercado

n = Cantidad de clientes

q = Cantidad comprada de almuerzos en promedio al año

p = Precio promedio de un almuerzo

$$Q = 210 \times 240 \times 2.10 = 105.840,00$$

¹³ BRITO Mario, “Elaboración de Proyectos, FAO, PNUD”

2.4. MUESTRA

El investigador en muchas ocasiones debe enfrentarse a un universo investigativo demasiado amplio, lo que le hace muy difícil abarcarlo en su conjunto, debido a las dificultades que entrañan, el disponer de los suficientes recursos técnicos y humanos, frente a esta circunstancia el investigador debe seleccionar aun subconjunto de elementos o sujetos que representen el conjunto universo, este subconjunto que es sobre el cual se realizará la investigación se denomina **Muestra**¹⁴

La muestra extraída de una población, es una herramienta necesaria para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

El tamaño de la muestra se determina para obtener una estimación apropiada de un determinado parámetro poblacional, sobre dicha muestra se realizará las encuestas para obtener la información necesaria para nuestro estudio de mercado, y sobretodo de las preferencias de los consumidores.

Al aplicar la fórmula del muestreo, y manteniendo un grado de confianza del 95%, y un error esperado del 5%, tenemos el siguiente resultado:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2 \cdot p(1-p)}$$

Donde:

n = muestra

N = población total

Z²: valor de Z correspondiente al riesgo fijado. El riesgo fijado suele ser 0,05 y Z² de 1,96.

¹⁴ ANDINO Patricio “Métodos y Técnicas de Investigación”

p = proporción esperada 0,45

q = 1 – p (en este caso 1 – 0.45 = 0.55)

e = riesgo fijado o error.

Para el caso de mi proyecto tendré los siguientes datos:

$$n = \frac{210 \times 1,96^2 \times 0,45(1-0,45)}{210 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,45(1-0,45)}$$

n = 135 personas

2.5. ENCUESTA

Encuesta es: “El procedimiento a través del cual se busca conseguir información en un grupo de individuos (muestra), en base a un conjunto de estímulos (preguntas), mediante las cuales se busca llegar a dicha información”¹⁵, cabe recalcar que toda encuesta debe tener naturaleza impersonal para asegurar uniformidad en la evaluación de una situación en relación con otra, además la ventaja de que quienes la llenan se sienten seguros debido al anonimato, lo que posibilita reunir información y respuestas más reales, dicha encuesta debe, además, ser limitada en su extensión y finalidad, debido a que quienes la hagan no se cansen con el llenado de la misma.

En una encuesta se pueden utilizar preguntas abiertas y cerradas, las mismas que son de fácil aplicación, análisis y codificación. Las preguntas abiertas en cambio son destinadas a la obtención de respuestas libres, aunque facilitan recoger datos o información más ricos, y variados, presentan mayores dificultades para su análisis y codificación.

¹⁵ RODRIGUEZ Nelson, “Teoría y Practica de Investigación Científica”

Para el proyecto, se utilizó preguntas cerradas en la encuesta, buscando una mayor veracidad en la información. (Anexo I)

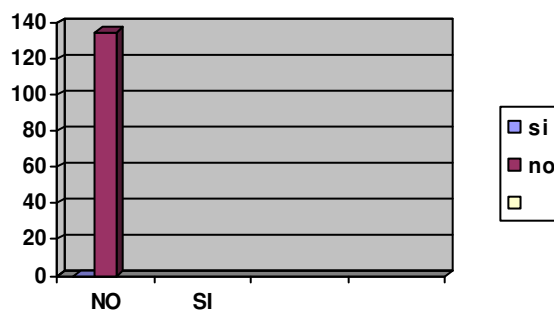
PREGUNTA 1.- SU EMPRESA CUENTA CON SU PROPIO RESTAURANTE?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	135	100%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: El Autor

En el cuadro podemos ver que la empresa no cuenta con restaurante para sus colaboradores, una razón de peso y muy importante para mi proyecto.

Gráfico N° 1



Elaborado por: El Autor

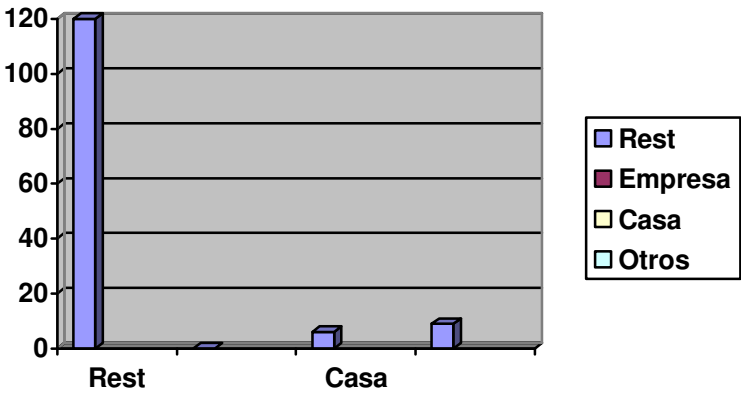
PREGUNTA N° 2 DÓNDE ALMUERZA USTED TODOS LOS DÍAS?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Restaurante	120	88,89
Empresa	0	0
Casa	6	4,44
Otros	9	6,67
TOTAL	135	100

Elaborado por: El Autor

El 88,89% de los encuestados almuerza a diario en restaurante, lo que indica que debemos trabajar con una adecuada organización para implementar el servicio de catering.

Gráfico N° 2



Elaborado por: El Autor

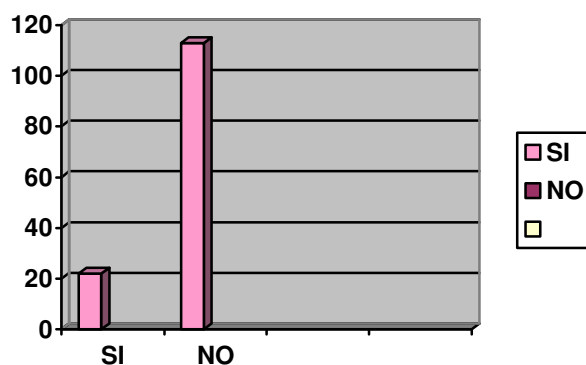
PREGUNTA N° 3 CONSIDERA QUE LA COMIDA QUE USTED CONSUME ES NUTRITIVA?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	22	16,30%
NO	113	83,70%
TOTAL	135	100,00%

Elaborado por: El Autor

Con esta pregunta se puede corroborar que un porcentaje bastante considerado de los encuestados, tiene conocimiento de que no siempre lo que consume es nutritivo y apropiado para sus salud y desempeño.

Gráfico N° 3



Elaborado por: El Autor

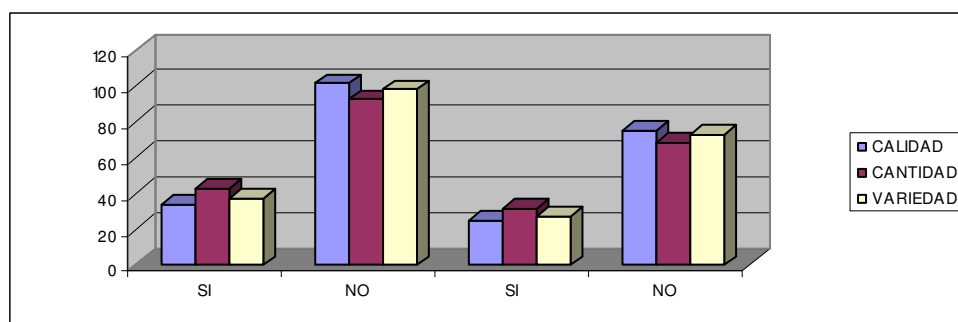
PREGUNTA N° 4 ESTÁ SATISFECHO CON EL TIPO DE COMIDA QUE SE SIRVE A DIARIO?

	ALTERNATIVAS		PORCENTAJE	
	SI	NO	SI	NO
CALIDAD	34	101	25.19	74.81
CANTIDAD	43	92	31.85	68.15
VARIEDAD	37	98	27.41	72.59

Elaborado por: El Autor

El resultado de la encuesta en la pregunta 4, permite conocer que un 74,81% de la muestra, no está satisfecho con la calidad de la alimentación que recibe, así como un 68,15% no está conforme con la cantidad de alimentos servidos, y un 72,59% manifiesta que no hay diversificación en la comida.

Gráfico N° 4



Elaborado por: El Autor

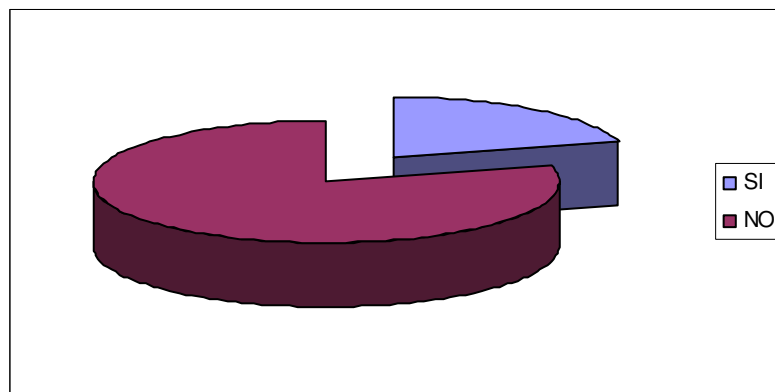
PREGUNTA Nº 5 ESTÁ A GUSTO CON EL AMBIENTE DEL LUGAR DONDE UD. ALMUERZA?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	28	20,74%
NO	107	79,26%
TOTAL	135	100,00%

Elaborado por: El Autor

Un porcentaje imponente de la muestra, considera que no está a gusto con el ambiente del lugar donde se sirve los alimentos de la tarde, lo que implica que se debe trabajar en un ambiente acogedor que permita al empleado disfrutar de su comida.

Gráfico Nº 5



Elaborado por: El Autor

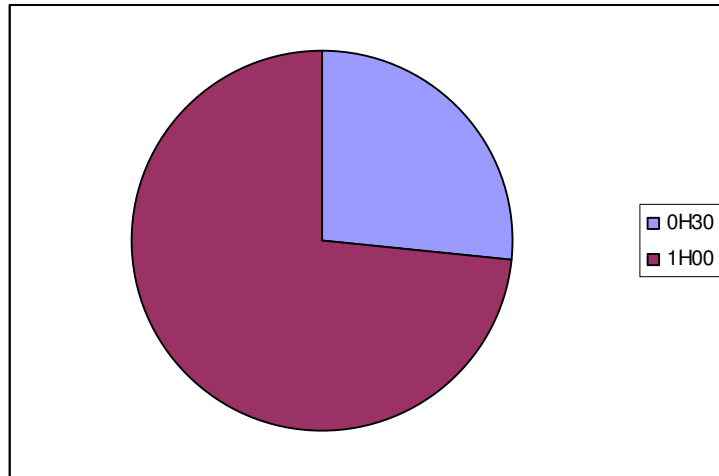
PREGUNTA Nº 6 QUÉ TIEMPO TIENE DESIGNADO PARA ALMORZAR?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
0H30	36	26,67%
1H00	99	73,33%
TOTAL	135	100,00%

Elaborado por: El Autor

El porcentaje de encuestados que tiene una hora para almorzar es de 73,33%, lo que implica que si se implementa el servicio de catering en la empresa Etafashion tendrá tiempo disponible para poder realizar otras actividades.

Gráfico N° 6



Elaborado por: El Autor

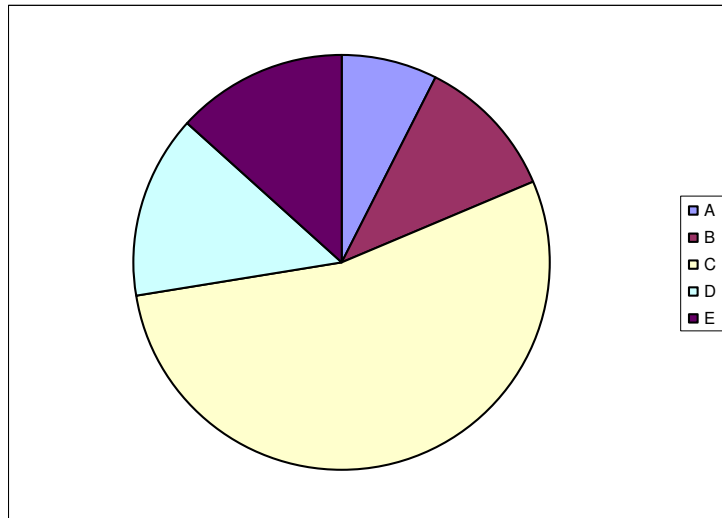
PREGUNTA N° 7 QUÉ TIPO DE COMIDAS UD. ALMUERZA FRECUENTEMENTE?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
A Comidas Típicas	10	7.41
B Comidas Vegetarianas	15	11.11
C Comidas Rápidas	73	54.07
D Comidas Dietéticas	19	14.07
E Todas	18	13.33
TOTAL	135	100.00

Elaborado por: El Autor

Un 54% de la muestra manifiesta que su alimentación frecuente consiste en la opción C, que corresponde a Comidas Rápidas, lo cuál se justifica dado el limitante en cuanto a tiempo de lunch, del que dispone la mayoría de los colaboradores de la empresa Comercial Etatex en la oficina matriz.

Gráfico 7



Elaborado por: El Autor

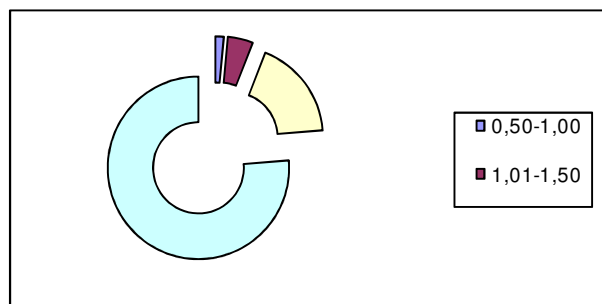
PREGUNTA Nº 8 CUÁNTO GASTA DIARIAMENTE EN PROMEDIO POR SU ALMUERZO?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
0,50-1,00	2	1.48
1,01-1,50	6	4.44
1,51-2,00	24	17.78
2,01 en adelante	103	76.3
TOTAL	135	100

Elaborado por: El Autor

Se puede observar que el porcentaje de encuestados que pagan un valor de dos dólares o más es el de mayor cuantía, es un importante indicador dado que el almuerzo que ofrecerá mi proyecto tiene un precio de 2,10 dólares.

Gráfico 8



Elaborado por: El Autor

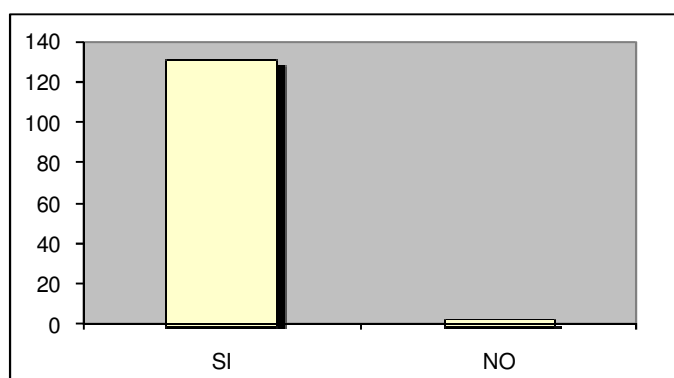
PREGUNTA Nº 9 LE GUSTARÍA QUE EN SU EMPRESA EXISTA EL SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN DE CATERING CONSIDERANDO QUE EL MISMO LE BRINDARÁ TODAS LAS COMODIDADES QUE UD. SE MERECE?

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	132	97.78
NO	3	2.22
TOTAL	135	100.00

Elaborado por: El Autor

La abismal diferencia en lo que respecta a la cantidad de encuestados a favor de la implementación de un servicio de catering, versus las que no están de acuerdo con este servicio, lo que significa la gran acogida que tendrá el proyecto de mi autoría.

Gráfico Nº 9



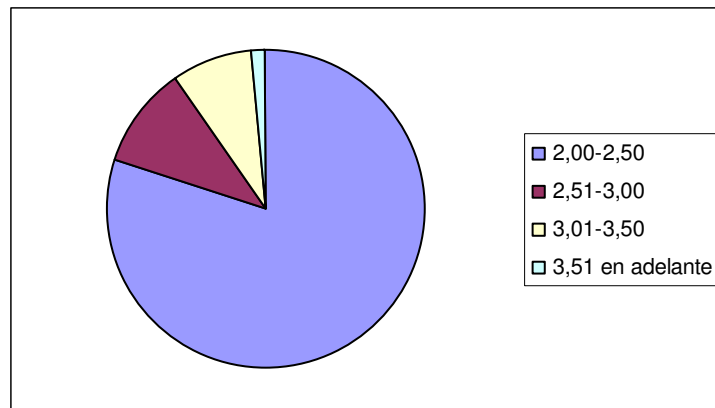
Elaborado por: El Autor

PREGUNTA Nº 10 SI CONTESTÓ AFIRMATIVAMENTE LA PREGUNTA ANTERIOR, INDIQUE EL PRECIO MÁXIMO QUE USTED ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR.

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
2,00-2,50	108	80.00
2,51-3,00	14	10.37
3,01-3,50	11	8.15
3,51 en adelante	2	1.48
TOTAL	135	100.00

Como se puede observar, el 80% pagaría entre US\$ 2,00 y \$ 2,50, lo cuál encaja en el precio que tendrá el almuerzo establecido en mi proyecto.

Gráfico N° 10



Elaborado por: El Autor

Los datos obtenidos a través de las encuestas, nos permiten concluir que existe gran aceptación por parte de los trabajadores de la Empresa Comercial Etatex en lo referente al planteamiento motivo de mi investigación, situación que incentiva al desarrollo de la propuesta planteada.

2.6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO¹⁶

La **segmentación de mercado** es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes, más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto, sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados **segmentos**.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

¹⁶ FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo, "Segmentación De Mercados".

Los **requisitos** para una buena segmentación son:

- Homogeneidad en el segmento
- Heterogeneidad entre segmentos
- Estabilidad de segmentos
- Los segmentos deben ser identificables y medibles
- Los segmentos deben ser accesibles y manejables
- Los segmentos deben ser lo suficientemente grandes como para ser rentables

Las **variables** utilizadas para segmentación incluyen:

- Variables geográficas
 - Región del mundo o del país
 - Tamaño del país
 - Clima
- Variables demográficas
 - Edad
 - Género
 - Orientación sexual
 - Tamaño de la familia
 - Ciclo de vida familiar
 - Ingresos
 - Profesión
 - Nivel educativo
 - Estatus socioeconómico
 - Religión
 - Nacionalidad
- Variables psicológicas
 - Personalidad
 - Estilo de vida
 - Valores
 - Actitudes

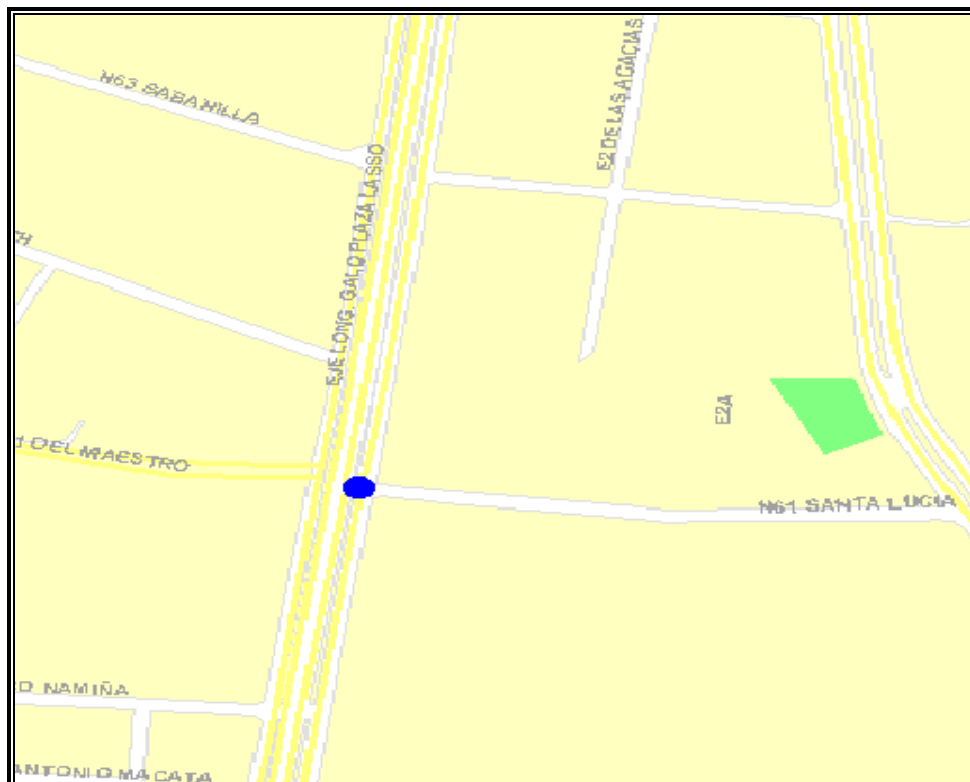
Variables Demográficas

- Edad: Personas de 18 años en adelante
- Sexo: Hombres y mujeres
- Clase: media

Variables Geográficas

- Mi mercado es inicialmente el de las personas que laboran en la Empresa Comercial Etatex, en la oficina matriz de la Panamericana Norte, ubicada en la Calle Santa Lucía y Galo Plaza Lasso.

Gráfico 11



Elaborado por: El Autor

Variables Psicológicas

Los servicios que prestará el servicio de catering están dirigidos a:

- Personas que les atrae mucho disfrutar de una adecuada y nutritiva alimentación en un ambiente tranquilo y con altas normas de calidad.
- Hacia personas que buscan salir del estrés, que produce tener que recurrir diariamente a restaurantes que en su mayoría se encuentran llenos y no tienen la atención que se merece el cliente por su pago.
- Personas que buscan alimentarse con estándares aceptados por la OMS y que les permita tener un óptimo desempeño en sus actividades diarias.

CAPITULO III.- ESTUDIO TECNICO PARA LA LOCALIZACIÓN, TAMAÑO, E INGENIERÍA DEL PROYECTO DE LA EMPRESA NUTRI CATERING

ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico se define como: “la reunión y análisis de la información que permita verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto y determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.”¹⁷

3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Empezar el estudio de localización, resulta muy importante, ya que determinará el lugar más apropiado para implementar el servicio de catering, en busca de obtener una mayor ganancia para los inversionistas y además mayores beneficios para los colaboradores de la Empresa Comercial Etatex.

En algunas ocasiones no se le da la trascendencia que amerita el estudio localizacional para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, debido especialmente a las limitaciones económicas, por tal motivo una gran cantidad de proyectos acaban localizándose en el lugar que tengan disponible, sin tomar en cuenta si el sitio en donde se ubican es apropiado o no.

“El análisis de localización implica dos niveles de definición: la macro-localización en la cual se analizan diversas alternativas a fin de definir la zona o región que mejores ventajas ofrece desde el punto de vista de las distancias, acceso a la infraestructura, tamaño de la demanda, disponibilidad de insumos y la existencia de actividades conexas y servicios auxiliares; la micro-localización aborda en cambio el estudio comparativo de los costos que implica la localización dentro de cada una de las alternativas consideradas en el primer

¹⁷ OROZCO Julio Mario, Estudio Técnico De Factibilidad.

nivel de definición. De esta manera la macro-localización nos llevará a definir una zona o región adecuada para localizar la empresa y la micro-localización, a través de un análisis exhaustivo en lo relativo a costos, inversiones y ciertos aspectos cuantitativos, definirá la ubicación exacta de la nueva fábrica dentro de la zona o región escogida”¹⁸

Por lo expuesto, la empresa NUTRI-CATERING, estará ubicada en el Norte de la ciudad de Quito, cercana a la matriz de la empresa Comercial Etatex, la cuál será mi mercado inicial, es decir la demanda objetiva, con proyección a la demanda potencial que había mencionado en el capítulo anterior, que es el total de personas que trabajan en la Empresa Etafashion a nivel de la ciudad de Quito y posteriormente, poder ampliar el servicio a nivel país.

3.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Como se menciona en párrafos anteriores la macro-localización forma parte de uno de los niveles de la de la localización, la misma que nos da una descripción general del lugar donde se ubicará la empresa.

Es así que entendemos a la macro-localización como “la parte del estudio de factibilidad que nos ayuda a determinar la ubicación dentro del área, regional, provincial o geográfica del proyecto, que estará determinada por diferentes factores”¹⁹.

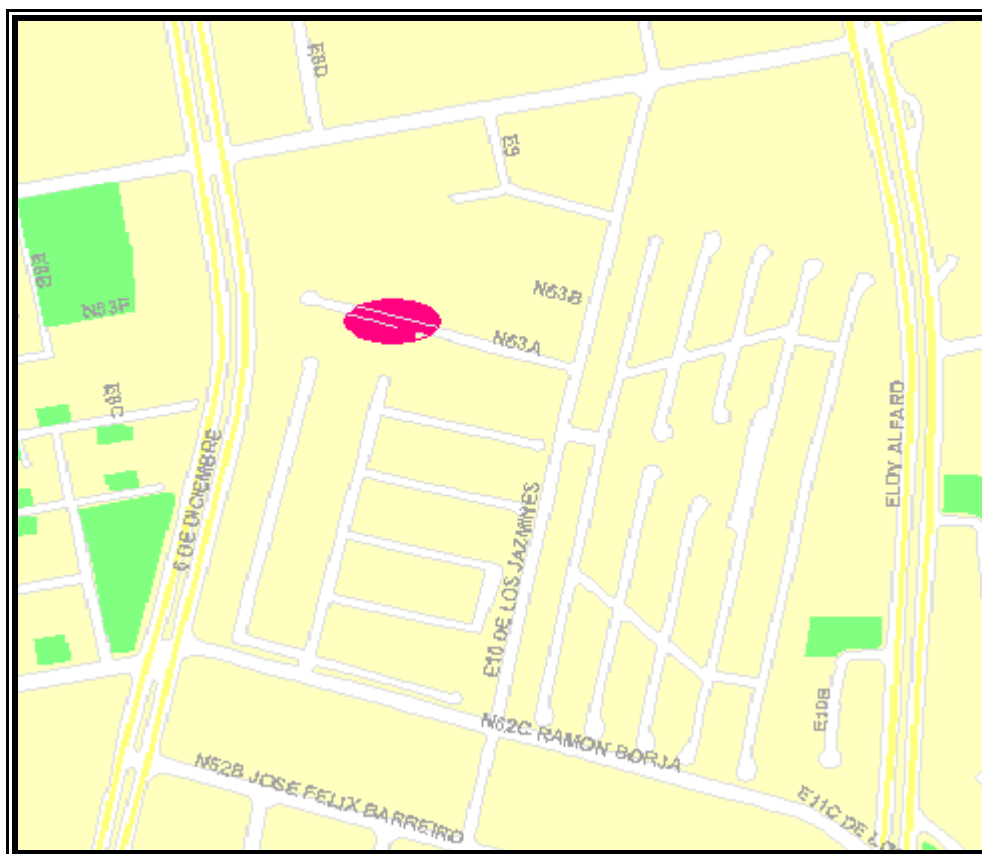
Para tomar la decisión del espacio geográfico en el que se situará la empresa NUTRI-CATERING se ha considerado algunos aspectos tales como: la accesibilidad que hay hacia el sector, dada la variedad de líneas de transporte para el personal que laborará en la empresa, la disponibilidad de servicios básicos, la cercanía a Etafashion para la entrega de los alimentos a los

¹⁸ MUÑOZ Mario, “Perfil de la factibilidad”

¹⁹ MUÑOZ Mario, “Perfil de la factibilidad”

empleados, así como un aspecto muy importante que es el acceso a las materias primas, entre los factores más determinantes.

Tomando en consideración todo lo expuesto el proyecto “Empresa de Servicios NUTRI-CATERING” estaría macro-localizada en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, parroquia La Kennedy, por presentar las condiciones más apropiadas, como se dijo en análisis anteriores, específicamente se ubicará en el Conjunto los Jazmines, en las calles De los Jazmines y Ramón Borja, Edificio Romalza, Dpto 1B, cabe destacar, que el departamento al que se hace mención para localizar la empresa, consta de una amplia infraestructura en la que se puede realizar todas las actividades que permiten la preparación óptima de los alimentos, para ser llevados posteriormente a su destino final que es la empresa Etafashion.



● Ubicación del lugar en donde se ubicará la empresa NUTRI-CATERING

3.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN.

Después de efectuado el análisis y tomando la medida de localizar geográficamente a la empresa de servicios NUTRI-CATERING en la provincia de Pichincha al Norte de Quito (macro-localización), se debe tomar la decisión final basada principalmente en un análisis cuantitativo de selección de alternativas que implican un estudio de micro-localización.

3.1.3.-Criterio de Selección de Alternativas.

Para micro-localizar la empresa de servicios NUTRI-CATERING tomaremos en consideración lo siguiente:

1.- Accesibilidad hacia el sector.- El acceso al terreno en el cual se llevará a cabo la implementación de la empresa de servicios NUTRI-CATERING, cuenta con una vía asfaltada y en buenas condiciones, además de varias líneas de transporte urbano por arterias muy importantes del sector norte de la ciudad de Quito, tales como la 6 de diciembre, Eloy Alfaro y Cap. Ramón Borja.

2.- Disponibilidad de servicios básicos.- El lugar en el que se realizará la preparación de los alimentos, cuenta con los servicios básicos de agua potable, luz eléctrica, telefonía y alcantarillado, lo que nos permite no incurrir en costos para el aprovisionamiento de estos servicios. Hay que tomar en cuenta un aspecto muy importante que en la actualidad permite facilidad y mayor viabilidad en los proyectos, y también la posibilidad de ampliar y publicitar un negocio, hago así referencia al Internet.

3.- Cercanía a Etafashion para la entrega de los alimentos a los empleados.- como se puede observar en el capítulo II, el mapa que especifica la ubicación de la empresa Comercial Etatex, y en el presente capítulo en el punto que trata de la macro-localización, permite concluir claramente que la

distancia es mínima entre el lugar donde se realizará la implementación de la empresa, y el lugar donde se entregará los alimentos preparados, hablamos de aproximadamente 15 minutos en transporte público, o 5 minutos en transporte privado.

4.- Acceso a las materias primas.- para la preparación de los alimentos se necesitará de materia prima de calidad, la misma que la podré encontrar en diversos sitios cercanos al lugar en donde se implementará el área de operaciones de la empresa NUTRI-CATERING, tal es el caso de mercados cercanos entre estos Kennedy, la Luz, El Edén, además de lugares de expendio de vegetales y alimentos perecibles con la frescura e higiene que deben mantener, para el caso de abarrotes se dispone también de la posibilidad de obtenerlos en los supermercados cercanos, y para la adquisición de carnes y mariscos a más de los supermercados mencionados, existen varios locales cercanos en los que se puede aprovisionar de esta materia prima, seguros de que la calidad de la misma es de primera.

3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto se define como, la magnitud de producción o prestación de servicios que se pretenda ofrecer.

La capacidad de producción será de 215 almuerzos diarios, para el personal de la empresa Etafashion, la empresa por su parte, dispone de una infraestructura amplia, y sus instalaciones permiten que en el lugar en el que se realizará la distribución y el proceso de alimentación tenga una capacidad instalada para aproximadamente 50 personas, por lo tanto se empezará a servir los alimentos a partir de las 12:30 horas terminando a las 14:30 o 15:00 horas, ya que se solicitaría concentrar al personal en grupos de 50 personas cada treinta minutos.

En lo que respecta al lugar en el que se realizará la preparación de los alimentos, se dispone de un local, cuya extensión es de 70 metros cuadrados, y cuenta con una cocina bastante amplia y cuartos perfectamente distribuidos para el almacenamiento, preparación y administración de las operaciones concernientes al proyecto.

3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto constituye lo referente a la parte técnica para la implantación del servicio de catering. Una conceptualización más clara de lo que constituye la ingeniería en un proyecto es: “El conjunto de cálculos matemáticos, especificaciones y dibujos que sirven para construir un aparato o un sistema. Se conoce a un proyecto como la actividad cíclica y única para la toma de decisiones, en la que el conocimiento de las bases de la ciencia de ingeniería, la habilidad matemática, y la experimentación se conjugan para poder transformar los recursos naturales en sistemas y mecanismos que satisfagan las necesidades humanas.”²⁰

Gracias al concepto descrito, se puede concluir entonces que este punto del proyecto refiere los materiales, equipos, herramientas, indispensables que se ocuparán en la operación del servicio de catering, y el personal, que demande los servicios que pretende prestar el mismo para su óptimo funcionamiento, tomando en cuenta que el talento humano es un factor importante dentro de la actividad de cualquier negocio, microempresa u organización.

El estudio de la ingeniería permitirá entonces, conocer la exigencia de capital necesario para levantar la infraestructura física y ubicar los distintos requerimientos, considerando asimismo la posibilidad de futuras ampliaciones.

²⁰ COROZO, Miguel “Introducción a la Ingeniería del Proyecto”

3.3.1.- INVERSIONES

3.3.1.1.- INVERSIONES FIJAS

Se denomina inversiones fijas a aquellas que se realizan, para adquirir bienes tangibles, los mismos que serán utilizados durante todo el horizonte del proyecto, se incluye a todas los desembolsos necesarios para la compra de bienes como: terrenos, edificios, maquinarias, equipos, mobiliario, vehículos, herramientas y otros, la inversión fija requerida para el proyecto es la siguiente:

CUADRO N 3.1 INVERSIONES FIJAS

INVERSIONES FIJAS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria y Equipo (menaje)	8,643.13
Vehículo	12,240.00
Equipo de computo	1,477.98
Equipo de Oficina	285.60
TOTAL	22,646.71

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

CUADRO N 3.2 EQUIPAMIENTO Y MENAJE

EQUIPAMIENTO Y MENAJE			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PR.UNIT.	PR.TOTAL
Vajilla			
plato base	250	1,12	280
plato trinchero	250	1	250
plato de postre	250	0,85	212,5
plato consumera o sopero	250	1,12	280
taza para café	250	0,52	130
ollas (juego del número 20 al 38)	10	9,36	93,6
Sartenes	5	9,7	48,5
Pailas	5	43	215
Charoles	60	2,1	126
horno microondas	2	140	280
batidora dse mano	2	4	8
cafetera eléctrica	2	21	42
licuadora doméstica	2	33	66
estantería para almacenamiento	1	370	370
campana extractora de olores y de humo	1	280	280
plancha lisa	1	320	320
recipiente para mantener la temperatura de los alimentos	5	400	2000
cocina 6 quemadores	2	400	800
refrigeradora 15 pies	2	920	1840
tacho de basura	3	5.23	15.69
pala de basurero	2	0.49	0.98
extractor de olores para cocina	1	80.89	80,89
TOTAL			7722,49
Cristalería y mantelería			
vasos gaseosa o jugo	250	0.60	150
jarras cristal	50	1.50	75
TOTAL			225
Cubertería			
Cucharas	250	0.53	132.50
cucharas postre/café	250	0.25	62.50
Tenedores	250	0.53	132.50
Tenedores postre	250	0.25	62.50
Cuchillos	250	0.53	132.50
juego cocina cubiertos	6	22	132
juego de cuchillos x 8	4	10.16	40.64
TOTAL			695.64
TOTAL MENAJE			8643.13

Elaborado por: El Autor

VEHÍCULO.-

Es necesario un vehículo para realizar el traslado, de los alimentos una vez procesados y preparados adecuadamente, hasta la empresa Etafashion.

CUADRO N 3.3 VEHICULO

VEHÍCULO				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares).	Valor Anual (dólares).
Furgoneta	Un.	1	12.000	12.000,00
			Subtotal	12.000,00
			Imprevistos	240,00
			Total	12.240,00

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

EQUIPOS DE CÓMPUTO.-

Acorde con las necesidades y desarrollo tecnológico, se ha elegido la mejor opción en equipos de computación, esto, para que el personal tanto administrativo como operativo puedan desarrollar sus actividades de una manera eficiente y eficaz.

CUADRO N 3.4 EQUIPO DE COMPUTACION

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares)	Valor Anual (dólares)
Computadoras	Un.	2	595,00	1.190,00
Impresora multifuncional	Un.	1	109,00	109,00
Implementos de red	Un.	1	150,00	150,00
			Subtotal	1.449,00
			Imprevistos	28,98
			Total	1.477,98

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

EQUIPOS DE OFICINA.-

Estos implementos serán de gran utilidad para el desarrollo del proyecto, en su mayoría serán utilizados en el área administrativa.

Los equipos en los que se invertirá se detallan a continuación:

CUADRO N 3.5 EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares).	Valor Anual (dólares).
Teléfonos convencionales	Un.	2	35.00	70.00
Teléfono celular	Un.	2	50.00	100.00
Sumadora	Un.	1	50.00	50.00
Sillas (fijas y giratorias)	Un.	3	20.00	60.00
Subtotal				280.00
Imprevistos				5.60
Total				285.60

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo es: “la estructura de todos los recursos, que son necesarios para que un proyecto o una empresa pueda salir adelante, y trabajar de una manera normal durante el periodo productivo”²¹, esto, hasta que se produzcan ventas con las cuales se puedan cubrir todos los gastos que se producen en este periodo.

En el caso del proyecto presentado, las ventas se dan a partir del primer mes, ya que el valor será debitado de los roles de pago de cada colaborador. Por lo tanto se ha procedido, a realizar el cálculo del capital de trabajo mensual.

En el siguiente cuadro se puede observar todos los rubros que implica el capital de trabajo:

²¹ DIAZ Diógenes, LEON Carlos, Planificación del Capital de Trabajo.

CUADRO N 3.6 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
Descripción	Valor Anual (dólares)	Valor Mensual (dólares)
Mano de obra directa	7,711.20	642.60
Materia Prima	38,556.00	3,213.00
Mantenimiento y reparación	906.00	75.50
Insumos	1,138.32	94.86
Seguros	1,045.92	87.16
Gto. Administrativos	17,918.01	1,493.17
TOTAL	67,275.45	5,606.29

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

MANO DE OBRA DIRECTA.-

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

CUADRO N 3.7 MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares).	Valor Anual (dólares).
Chef	Sueldo	1	350,00	4.200,00
cocineros	Sueldo	2	280,00	3.360,00
Subtotal				7.560,00
Imprevistos				151,2
Total				7.711,20

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

MATERIA PRIMA.-

Se conocen como materias primas a los materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo.

Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semielaborados, productos semiacabados o productos en proceso.

CUADRO N 3.8 MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA		
Descripción	Valor Unitario (dólares)	Valor Anual (dólares)
alimentos varios para preparar almuerzos	3,150,00	37,800,00
	Subtotal	37,800,00
	Imprevistos	756,00
	Total	38,556,00

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN.-

Se presentan los valores correspondientes a los costos en los que se incurre para mantener y reparar los distintos activos de la empresa para su óptimo funcionamiento.

CUADRO N 3.9 MANTENIMIENTO Y REPARACION

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN					
Descripción	Valor	Porcentaje	Valor Unitario	Valor Mensual (dólares)	Valor Anual (dólares)
Vehículo	12.240,00	0,04	489,60	40,80	489,60
Maquinaria y Equipo	8.643,13	0,04	345,73	28,81	345,73
Equipo de Oficina	285,6	0,03	8,57	0,71	8,57
Equipo de computación	1.477,98	0,03	44,34	3,69	44,34
				Subtotal	888,23
				Imprevistos	17,76
				Total	906,00

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

INSUMOS.-

El insumo es un bien consumible utilizado en el proceso productivo de otro bien.

CUADRO N 3.10 INSUMOS

INSUMOS				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares)	Valor Anual (dólares)
Material de limpieza	Un.	1,00	10.50	126,00
Agua potable	m3	150,00	0.15	270.00
Energía Eléctrica	Kwh.	600,00	0.08	576,00
Guantes	Paq.	1,00	12.00	144.00
			Subtotal	1116,00
			Imprevistos	22,32
			Total	1138,32

SEGUROS.-

Contrato entre una empresa (persona) y una compañía aseguradora por el cual esta indemniza a aquella por cualquier daño o perjuicio que tenga con el bien asegurado.

CUADRO N 3.11 SEGUROS

SEGUROS					
Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Mensual (dólares)	Valor Anual (dólares)
Vehículo	12.240,00	0,05	612,00	51,00	612,00
Maquinaria y Equipo	8.643,13	0,04	345,73	28,81	345,73
Equipo de Oficina	285,6	0,03	8,57	0,71	8,57
Equipo de computación	1.477,98	0,04	59,12	4,93	59,12
				Subtotal	1.025,41
				Imprevistos	20,51
				Total	1.045,92

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.-

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros de los gerentes, administradores, auxiliares de la empresa), alquileres, materiales y útiles de oficina, seguros, depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), impuestos.

CUADRO N 3.12 GASTOS DE ADMINISTRACION

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares)	Valor Mensual (dólares)	Valor Anual (dólares)
Gastos Administrativos					
Gerente General	Mensual	1	600,00	600,00	7.200,00
Secretaria-Contadora	Mensual	1	390,89	390,89	4.690,68
Chofer	Mensual	1	250,00	250,00	3.000,00
		Subtotal	1.240,89	1.240,89	14.890,68
Gastos Generales					
Internet	Mensual	1	22,00	22,00	264,00
Consumo de Energía Eléctrica	Mensual	1	48,00	48,00	576,00
Consumo de Agua potable	Mensual	1	22,50	22,50	270,00
Consumo de teléfono	Mensual	1	70,00	70,00	840,00
Suministros de oficina	Mensual	1	50,00	50,00	600,00
Material de limpieza	Mensual	1	10,50	10,50	126,00
		Subtotal	223,00	223,00	2.676,00
				Subtotal	17.566,68
				Imprevistos	351,33
				Total	17.918,01

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

3.3.1.2.- INVERSIONES DIFERIDAS

Se entiende por inversiones diferidas, al conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes, marcas, diseños comerciales o industriales, nombre comerciales, asistencia técnica, o transferencias de tecnología, gastos preoperativos y de instalación y puesta en marcha, estudios que tienden a mejorar en el presente y en el futuro el

funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación profesional dentro y fuera de la empresa, etc.

1.- ESTUDIOS E INVESTIGACIONES.- Este rubro incluye los gastos en los que ha incurrido la empresa, tales como estudios y planos arquitectónicos, movilizaciones, conectividad, el respectivo estudio de mercado en lo que se refiere a las encuestas realizadas.

CUADRO N 3.13 ESTUDIOS DE INVESTIGACION

RUBRO	COSTO
Encuestas	5,6
Otros	30
TOTAL	35,6

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

2.- GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.- Consiste en gastos en los que la empresa incurre para verificar el respectivo funcionamiento de los equipos, tiene connotación de tipo tecnológico, es decir la empresa está en período de prueba, esto implica gastos de servicios que no se pueden cargar a ninguna cuenta porque aún no se ha prestado ningún servicio, por lo tanto se lo convierte en un activo incrementando las inversiones, amortizando a un tiempo prudencial, en nuestra propuesta hemos decidido amortizarlo a 10 años que es la vida útil del proyecto. En estos gastos se incluye, materia prima, alimentos, los honorarios de todo el personal, etc.

CUADRO N 3.14 GASTO DE PUESTA EN MARCHA

RUBRO	COSTO
Materia prima	3150,00
Honorarios	1200,00
Gastos generales	45,00
TOTAL	4395,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

3.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN.- Incluye los gastos que representa para la empresa su respectiva formación, así como los honorarios del abogado, la notaría y los gastos de la superintendencia de Compañías.

CUADRO N 3.15 GASTO DE COSTITUCION

RUBRO	COSTO
Notaría	50,00
Honorarios abogado	300,00
Superintendencia de Compañías	100,00
TOTAL	450,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

4.- Patentes.- Este rubro ha sido tomado del Instituto de Propiedad Intelectual, que asciende a 200 dólares, este documento es requisito indispensable para la aprobación de la empresa, y consiste en un certificado en el que conste que no se encuentra registrado ningún otro establecimiento con la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.

CUADRO N 3.16 PATENTES

RUBRO	COSTO
Patentes	200.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS

CUADRO N 3.17 INVERSIONES DIFERIDAS

Estudios e Investigaciones	35,60
Gastos de Puesta en Marcha	4.395,00
Gastos de Constitución	450,00
Patentes	200,00
SUBTOTAL	5080,60
Imprevistos 2%	101,61
TOTAL	5182,21

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.- PROCEDIMIENTO TECNICO

DESCRIPCION DEL SERVICIO.-

En la actualidad, el potencial alimenticio de la gran mayoría de la población ecuatoriana se encuentra desatendido, lo que impide mejorar la calidad y la eficiencia de la población en su desempeño laboral, así como reducir los daños físicos e intelectuales para preservar la integridad del talento humano, el mismo que realizará sus actividades laborales en función de su concentración que se encuentra altamente ligada a una adecuada alimentación.

La propuesta que tengo el gusto de presentar tiene la originalidad de que toma en cuenta las necesidades de la empresas, sus dirigentes, empleados y colaboradores, tanto profesionales, económicas, así como de nutrición, por el hecho de que el servicio que se pone a disposición será de la más alta calidad en todos los aspectos.

Se denomina **catering**: al servicio de alimentación institucional, o alimentación colectiva, que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

Aplicando este concepto, la empresa NUTRICATERING, se encargará de proveer de la alimentación necesaria a los colaboradores de la empresa COMERCIAL ETATEX Etafashion, durante su horario de almuerzo.

MATERIA PRIMA REQUERIDA.-

La materia prima a utilizarse en la preparación de los alimentos, dependerá de el menú diario establecido con la respectiva anterioridad del caso, la misma

que debe ser con un mínimo de una semana. Una vez establecido el menú se procederá a adquirir la materia prima diariamente para así mantener la calidad y frescura de los alimentos, aquellos que se puedan mantener en refrigeración se podrá comprar varios días antes siempre y cuando su proceso de preparación lo permita.

PERSONAL NECESARIO.-

CUADRO N 3.18 PERSONAL

NUMERO DE PERSONAS	AREA DE TRABAJO	SUELDO TOTAL US\$
1	Gerente General	600.00
1	Secretaría-Contabilidad	390.89
1	Chef	350.00
2	Cocina-Logística	360.00
1	Chofer	250.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

PROCESO PRODUCTIVO.-

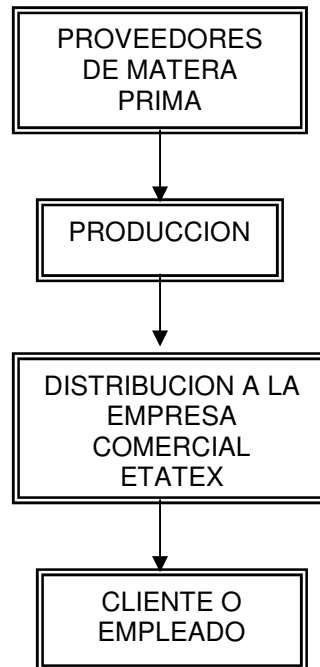
Un **Proceso productivo** consiste en: “transformar entradas (insumos) en salidas, (bienes o servicios) por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, etc.

Un proceso productivo incluye acciones que ocurren en forma planificada, y producen un cambio o transformación de materiales, objetos o sistemas, al final de los cuales obtenemos un producto”²²

Según el concepto especificado, el proceso productivo es una descripción de todas las actividades que se desarrollarán para llevar a cabo la elaboración, y distribución de los almuerzos destinados a los colaboradores de la Empresa Etafashion.

²² BUCCELLA Jorge María, APUNTES DE PROCESOS PRODUCTIVOS.

A continuación, se detalla cada una de las actividades a realizar:



Como primer punto, se debe proveer de la materia prima respectiva, a través de supermercados, tiendas de abarrotes, ferias, frigoríficos, etc.

Lugar de Abastecimiento de Compras, abarrotes.



Fuente: Supermercados La Favorita

Lugar de Abastecimiento de Verduras, vegetales, frutas, etc.



Fuente: Mercados de la Capital

El proceso de producción, consistirá en la elaboración de los alimentos, entonces, en la mañana se realizará las compras de los ingredientes necesarios, cuando se haya provisto de dicha materia prima, se procederá a la preparación de la misma, mediante los procesos de cocción, asado, horneado, gratinado, etc.

Elaboración y procesamiento de alimentos



Fuente: Cocina, empresa Nutricatering

Es importante la frescura y temperatura exacta de los alimentos para que los mismos tengan una espléndida aceptación por parte del cliente, por lo que el siguiente paso, una vez preparados de manera higiénica y con todas las normas de calidad pertinentes, será llevarlos directamente a los consumidores,

en este caso a los colaboradores de las Empresa Comercial Etatex Etafashion, en los implementos necesarios para conservar su frescura.

Distribución de Alimentos



Fuente: Empresa Nutricatering

La Empresa Etafashion, dispone del espacio físico requerido para la distribución adecuada de los alimentos, por lo que al llegar con los mismos, se preparará la logística respectiva, con el objetivo de que se proceda a asignar a las personas y los turnos respectivos de comida.

Empleados de Etafashion en su hora de almuerzo



Fuente: Empresa Etafashion

Una vez, concluidos todos los turnos de almuerzo, se procederá a realizar la limpieza necesaria para que el lugar proporcionado, este siempre en

condiciones óptimas, que permitan la confianza y seguridad del personal al ingerir los alimentos.

Limpieza del lugar



Fuente: Empresa Nutricatering

PLAN DE MENÚ SEMANAL.-

Es importante planificar varios menús semanales, la clave de la planificación es la organización, y la compra realizada con un objetivo claro. El éxito al momento de cocinar depende del menú escogido con anterioridad, guarniciones saludables y una lista de compras hecha a conciencia, se ha considerado los siguientes pasos básicos al momento de planificar el menú:

- Cada sábado se elabora el menú para la semana siguiente, lo cual es una herramienta importante ya que el día viernes de cada semana, se hará circular el menú para que los colaboradores puedan escoger lo que desean servirse, con anticipación. Esto, debido a que se presentará dos opciones de menú para cada día.
- Se debe asegurar cumplir con las proporciones y características alimenticias especificadas en la dieta personal, es decir, carbohidratos, verduras, carnes, cereales, frutas, para lo cual se debe incluir el listado correcto.
- Mantenerse dentro del presupuesto establecido con anterioridad.

- Se debe elegir recetas agradables a la vista, e interesantes al paladar, para lo cual se debe usar hierbas aromáticas e ingredientes frescos.

Entre algunos menús podemos listar los siguientes:

CUADRO N 3.19 MENU SEMANAL

MENU SEMANAL				
DIA	SOPA O CREMA	PLATO FUERTE	BEBIDA	POSTRE
lunes	Sopa de arroz de cebada	pollo en salsa de champiñones	jugo de tomate	flan de coco
	Sopa de lenteja	carne con verduras	Limonada	
martes	Crema de pollo	bistec de hígado	jugo de naranja	pristiños con miel
	Crema de apio	pollo en salsa de naranja	Limonada	
miercoles	Sopa de quinua	carne apanada con papas salteadas	jugo de piña	pastel de chocolate
	Sopa de espinacas	tallarines con albóndigas	Limonada	
jueves	Crema de brócoli	corvina apanada con verduras	jugo de papaya	helado de fresa
	Sopa de mellocos	estofado de pollo	Limonada	
viernes	Locro de Haba	lengua en salsa blanca	jugo de tamarindo	mousse de maracuyá
	Crema de champiñones	lasagna de atún	Limonada	

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación Propia

CAPITULO IV.- ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO DE LA EMPRESA NUTRI CATERING

4.1.- COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

“Costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual”²³

Gastos, “son los pagos o desembolsos que la organización hace por servicios tales como: Alquiler, energía eléctrica, salarios, viáticos, teléfono, transporte y otros más”²⁴.

A continuación detallaremos los costos y gastos identificados para el presente proyecto:

- Costos de Producción
- Depreciaciones y amortizaciones
- Gastos Administrativos
- Gastos Financieros

4.1.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Son costos de producción: “aquellos valores que son invertidos para la producción de un bien; estos costos pueden ser directos o indirectos.”²⁵

Los costos de producción comúnmente están conformados por:

²³ Vaca Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”

²⁴ Vaca Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”

²⁵ Vaca Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”

- Materia Prima
- Material indirecto
- Mano de Obra directa
- Mano de Obra indirecta
- Insumos
- Gastos indirectos de Fabricación

4.1.1.1.- Costos directos

Se denomina costos directos aquellos que intervienen directamente en la fabricación o producción de un bien o un servicio y pueden ser identificados fácilmente en el producto final.²⁶

4.1.1.2.- Costos indirectos

Se denominan costos indirectos de producción aquellos que no son parte intrínseca²⁷ o parte primordial del bien producido, pero son necesarios para su producción.

4.1.2.- DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Las depreciaciones, son valores que representan el desgaste de un activo tangible, mientras que la amortización son valores similares pero que se aplican a los activos intangibles.

“Las depreciaciones y amortizaciones son rubros que corresponden a un gasto virtual, que no constituyen desembolsos reales de dinero sino mas bien asientos contables, sin embargo son muy importantes para constituir reservas que nos permitirán reponer los activos desgastados.”²⁸

²⁶ VACA Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”

²⁷ VACA Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”

²⁸ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.1 DEPRECIACION EN LINEA RECTA

DEPRECIACIÓN LÍNEA RECTA				
Concepto	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual (dólares)
Vehículo	12,240.00	5	20%	2,448.00
Maquinaria y Equipo	8,643.13	10	10%	864.31
Equipo de Oficina	285.60	5	20%	57.12
Equipo de Computación	1,477.98	3	33%	492.66
Subtotal Depreciación				3,862.09
AMORTIZACIÓN				
Activo intangible	5,182.21	5	20%	1,036.44
Total Depreciación				4,898.54

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.1.3.- GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se los define como: “desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros de los gerentes, administradores, auxiliares de la empresa), alquileres, materiales y útiles de oficina, seguros, depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), impuestos.”²⁹

²⁹ Barreno, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.2 GASTOS DE ADMINISTRACION

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (dólares)	Valor Mensual (dólares)	Valor Anual (dólares)
Gastos Administrativos					
Sueldos/Salarios					
Gerente General	Mensual	1	600.00	600.00	7,200.00
Secretaria-Contadora	Mensual	1	390.89	390.89	4,690.68
Chofer	Mensual	1	250.00	250.00	3,000.00
		Subtotal	1,240.89	1,240.89	14,890.68
Gastos Generales					
Internet	Mensual	1	22.00	22.00	264.00
Consumo de Energía Eléctrica	Mensual	1	48.00	48.00	576.00
Consumo de Agua potable	Mensual	1	22.50	22.50	270.00
Consumo de teléfono	Mensual	1	70.00	70.00	840.00
Suministros de oficina	Mensual	1	50.00	50.00	600.00
Material de limpieza	Mensual	1	10.50	10.50	126.00
		Subtotal	223.00	223.00	2,676.00
				Subtotal	17,566.68
				Imprevistos	351.33
				Total	17,918.01

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.1.4.- GASTOS FINANCIEROS

Son los “gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc.”³⁰ Ha este rubro corresponden los intereses que se generan por el préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), para que el proyecto pueda ser puesto en marcha.

³⁰ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

4.1.4.1.- Estructura de la deuda

Para conocer como se estructurará la deuda de una forma adecuada en los proyectos, se debe elaborar el cuadro de fuentes y usos, en el cual se plasma el porcentaje de recursos propios (fuentes internas) y ajenos (fuentes externas) que se utilizarán, esto en base a la inversión total que se pretende realizar.

A continuación exponemos las fuentes destinadas a cada uno de los recursos que serán necesarios para el desarrollo del proyecto:

CUADRO N 4.3 FUENTES Y USOS

FUENTES Y USOS					
Descripción	Valor	Fuentes Internas		Fuentes Externas	
		%	Valor	%	Valor
Vehículo	12,240.00	100.00	12,240.00		
Equipo de computo	1,477.98	100.00	1,477.98		
Maquinaria y Equipo (menaje)	8,643.13			100.00	8,643.13
Equipo de Oficina	285.60	100.00	285.60		
Activo Intangible	4,896.00			100.00	4,896.00
Capital de Trabajo	5,606.29			100.00	5,606.29
Total	33,149.00	42.24	14,003.58	57.76	19,145.42

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.1.4.2- Amortización de la deuda

En el siguiente cuadro de amortización, se detalla el valor del préstamo, que es de USD\$ 19.145,42 los pagos se realizarán mensualmente durante 3 años, con un interés del 10,5% anual.

Para el cálculo de las cuotas a pagar en el presente proyecto se utilizara la siguiente formula:

$$Cuota = C \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$Cuota = 19.145,42 \times \frac{0.00875(1 + 0.00875)^{36}}{(1 + 0.00875)^{36} - 1}$$

$$Cuota = 622,27$$

CUADRO N 4.4 AMORTIZACION DE LA DEUDA

TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA					
PERIODOS	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN CAPITAL	SALDO INSOLUTO
Año 1	19,145.42	167.52	622.27	454.75	18,690.67
Año 2	18,690.67	163.54	622.27	458.73	18,231.95
Año 3	18,231.95	159.53	622.27	462.74	17,769.21
Año 4	17,769.21	155.48	622.27	466.79	17,302.42
Año 5	17,302.42	151.40	622.27	470.87	16,831.54
Año 6	16,831.54	147.28	622.27	474.99	16,356.55
Año 7	16,356.55	143.12	622.27	479.15	15,877.40
Año 8	15,877.40	138.93	622.27	483.34	15,394.06
Año 9	15,394.06	134.70	622.27	487.57	14,906.48
Año 10	14,906.48	130.43	622.27	491.84	14,414.64
Año 11	14,414.64	126.13	622.27	496.14	13,918.50
Año 12	13,918.50	121.79	622.27	500.48	13,418.02
Año 13	13,418.02	117.41	622.27	504.86	12,913.16
Año 14	12,913.16	112.99	622.27	509.28	12,403.88
Año 15	12,403.88	108.53	622.27	513.74	11,890.14
Año 16	11,890.14	104.04	622.27	518.23	11,371.91
Año 17	11,371.91	99.50	622.27	522.77	10,849.14
Año 18	10,849.14	94.93	622.27	527.34	10,321.80
Año 19	10,321.80	90.32	622.27	531.95	9,789.85
Año 20	9,789.85	85.66	622.27	536.61	9,253.24
Año 21	9,253.24	80.97	622.27	541.30	8,711.94
Año 22	8,711.94	76.23	622.27	546.04	8,165.90
Año 23	8,165.90	71.45	622.27	550.82	7,615.08
Año 24	7,615.08	66.63	622.27	555.64	7,059.44
Año 25	7,059.44	61.77	622.27	560.50	6,498.94
Año 26	6,498.94	56.87	622.27	565.40	5,933.54
Año 27	5,933.54	51.92	622.27	570.35	5,363.18
Año 28	5,363.18	46.93	622.27	575.34	4,787.84
Año 29	4,787.84	41.89	622.27	580.38	4,207.47
Año 30	4,207.47	36.82	622.27	585.45	3,622.01
Año 31	3,622.01	31.69	622.27	590.58	3,031.43
Año 32	3,031.43	26.53	622.27	595.74	2,435.69
Año 33	2,435.69	21.31	622.27	600.96	1,834.73
Año 34	1,834.73	16.05	622.27	606.22	1,228.52
Año 35	1,228.52	10.75	622.27	611.52	616.99
Año 36	616.99	5.40	622.27	616.87	0.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.1.5.- COSTOS TOTALES DEL PROYECTO

En el siguiente cuadro, se representa el total de los costos con una proyección a diez años, para lo cual se ha considerado un porcentaje de inflación del porcentajes de la inflación que se pueden dar en el Ecuador pretendiendo así tener una visión real de lo que se podría presentar en el proyecto durante el tiempo proyectado.

CUADRO N 4.5 PROYECCION DEL PRESUPUESTO DE COSTOS

PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE COSTOS										
(con inflación)										
Detalle años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
inflación		0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344
Materia Prima	38556,00	39882,33	41254,28	42673,43	44141,39	45659,86	47230,55	48855,29	50535,91	52274,34
Mano de Obra directa	7711,20	7976,47	8250,86	8534,69	8828,28	9131,97	9446,11	9771,06	10107,18	10454,87
Insumos	1138,32	1177,48	1217,98	1259,88	1303,22	1348,05	1394,43	1442,39	1492,01	1543,34
Depreciaciones	3862,09	3994,95	4132,37	4274,53	4421,57	4573,67	4731,01	4893,75	5062,10	5236,23
Amortizaciones Intangibles	1036,44	1036,44	1036,44							
Reparación y Mantenimiento	906,00	937,17	969,40	1002,75	1037,25	1072,93	1109,84	1148,02	1187,51	1228,36
Seguros	1045,92	1081,90	1119,12	1157,61	1197,44	1238,63	1281,24	1325,31	1370,90	1418,06
Gastos Administrativos	17918,01	18534,39	19171,97	19831,49	20513,69	21219,36	21949,31	22704,36	23485,40	24293,29
Gastos financieros	1739,84	1108,66	407,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	73913,82	75729,77	77560,34	78734,37	81442,84	84244,47	87142,48	90140,18	93241,00	96448,49

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

4.2.- INGRESOS DEL PROYECTO

“En un proyecto, los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto, o la prestación del servicio”³¹.

El proceso de estimar ingresos atribuibles a un proyecto, comienza con la identificación de cada uno de ellos, distinguiéndose dos tipos de ingresos: directos e indirectos. Los primeros tienen relación con la mayor disponibilidad del bien o servicio, ahorro de recursos en los procesos productivos, mayor contratación de insumos o factores en la economía y el costo alternativo de aquellos recursos que se sacan de otros procesos para ser utilizados. Los ingresos indirectos se refieren a los cambios que ocasiona la ejecución del proyecto en la producción y en el consumo de bienes y servicios relacionados con dicho proyecto.³²

A continuación se puede ver el cuadro, donde se muestran los ingresos que se han proyectado a diez años:

³¹ MIRANDA, Juan José; “Gestión de Proyectos”

³² MUÑOZ Mario, Perfil de Factibilidad

CUADRO N 4.6 PROYECCION DE INGRESOS

PROYECCION DE INGRESOS										
(con inflacion)										
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
inflación		0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344	0,0344
Costos totales	73.913,82	75.729,77	77.560,34	78.734,37	81.442,84	84.244,47	87.142,48	90.140,18	93.241,00	96.448,49
Almuerzos (unidades)	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00
Costo Unitario	1,47	1,50	1,54	1,56	1,62	1,67	1,73	1,79	1,85	1,91
Margen de Utilidad (35%)	0,51	0,53	0,54	0,55	0,57	0,59	0,61	0,63	0,65	0,67
Precio de venta	1,98	2,03	2,08	2,11	2,18	2,26	2,33	2,41	2,50	2,58
TOTAL	99.783,66	102.235,19	104.706,46	106.291,40	109.947,83	113.730,03	117.642,348	121.689,244	125.875,354	130.205,467

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.3.- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Esta evaluación comprende el análisis partiendo de la inversión, costos e ingresos del proyecto, con el objetivo de comprobar la rentabilidad y el riesgo que existe para su realización.

Existen dos tipos de evaluaciones:

1. La que se refiere al enfoque económico – social del problema; y,
2. La que tiene el empresario privado.

“La evaluación de proyectos, es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto, a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos”³³.

Objetivos de la Evaluación del Proyecto

- Desarrollar los correspondientes estados financieros, teniendo en cuenta los datos obtenidos en los capítulos anteriores.
- Determinar los criterios para realizar una evaluación del proyecto, de manera que se establezca de mejor manera la ganancia del mismo.
- Poder emitir conclusiones y recomendaciones adecuadas, basándonos en los estados financieros e indicadores de rentabilidad, detallados en este capítulo.

³³ MÉNDEZ Rafael, Formulación y evaluación de proyectos.

4.3.1.- ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL (BALANCE GENERAL)

“El Estado de Situación Inicial no es otra cosa que un cuadro organizado, de valores que muestran la situación financiera de la empresa y organización, al inicio de las actividades operacionales.”³⁴

El Estado de Situación Inicial esta conformado por:

- Activos,
- Pasivos, y
- Patrimonio.

En este estado financiero se utiliza la siguiente formula contable:

Activos = Pasivo + Patrimonio

Cuando se tienen una igualdad en esta fórmula, se puede comprobar que todos los valores, maquinarias y demás requerimientos necesarios para la empresa están correctamente registrados y asignados.

A continuación se presenta el Estado de Situación Inicial de la empresa “NUTRICATERING S.A.”:

³⁴ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.7 ESTADO DE SITUACION INICIAL BALANCE GENERAL

Estado de Situación Inicial BALANCE GENERAL					
Activo			Pasivo		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		0,00
Capital de Trabajo		5606.29	Préstamo a C/P	0,00	
Mano de obra directa	642.60				
Materia prima	3,213.00				
Mantenimiento y reparación	75.50				
Insumos	94.86				
Seguros	87.16				
Gastos Administrativos	1,493.17				
Caja Bancos	5606.29				
			Pasivo a Largo Plazo		19145.42
Activo Fijo		27542.71	Préstamo a L/P	19145.42	
Vehículo	12,240.00				
Equipo de computo	1,477.98		Capital o patrimonio		
Maquinaria y Equipo (menaje)	8,643.13		Recursos propios		14003.58
Equipo de Oficina	285.60				
Activo Intangible	4,896.00				
TOTAL ACTIVO		33149.00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		33149.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.3.2.- ESTADO DE RESULTADOS

Este Estado Financiero, es aquel que nos permite ver si se obtendrá una ganancia o una pérdida al final de un periodo contable.

“El Estado de Resultados muestra ordenada y detalladamente la forma como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al

ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones”.³⁵

En este estado financiero constan todos los ingresos y los gastos que se suscitan en la empresa para cumplir el proyecto. El presente Estado de Resultados está proyectado para diez años, tiempo que se ha tomado para la evaluación del proyecto, por lo cual se determina la utilidad o pérdida que se pueda dar durante esos años.

A continuación mostramos el Estado de Resultados, el cual consta de los datos que se ha obtenido en los capítulos anteriores de los cuadros de costos totales y de ingresos proyectados, de la empresa “NUTRICATERING S.A”.

³⁵ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.8 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS										
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos netos	99783,66	102235,19	104706,46	106291,40	109947,83	113730,03	117642,35	121689,24	125875,35	130205,47
UTILIDAD BRUTA	99783,66	102283,32	104804,38	107840,02	111549,72	115387,03	119356,34	123462,20	127709,30	132102,50
(-) Gastos de administración	17918,01	18534,39	19171,97	19831,49	20513,69	21219,36	21949,31	22704,36	23485,40	24293,29
UTILIDAD OPERACIONAL	81865,65	83748,93	85632,41	88008,53	91036,02	94167,66	97407,03	100757,83	104223,90	107809,21
(-) Gastos financieros	1739,84	1108,66	407,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	80125,81	82640,27	85224,49	88008,53	91036,02	94167,66	97407,03	100757,83	104223,90	107809,21
(-) 15% Utilidad Trabajadores	12018,87	12396,04	12783,67	13201,28	13655,40	14125,15	14611,05	15113,68	15633,59	16171,38
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	68106,94	70244,23	72440,82	74807,25	77380,62	80042,51	82795,98	85644,16	88590,32	91637,82
(-) 25% Impuesto a la renta	17026,73	17561,06	18110,20	18701,81	19345,16	20010,63	20698,99	21411,04	22147,58	22909,46
UTILIDAD NETA	51080,20	52683,17	54330,61	56105,44	58035,47	60031,89	62096,98	64233,12	66442,74	68728,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.3.3.-FLUJO DE CAJA

El Flujo de caja, permite determinar los ingresos reales que se darán en la empresa; es por esto que se debe tomar en cuenta las depreciaciones y amortizaciones de los activos fijos, tangibles e intangibles.

“El flujo de caja, es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática, cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados periodo por periodo, durante el horizonte previsto del proyecto.”³⁶

A continuación se presenta el Flujo de Caja, proyectado a diez años para de esta manera obtener los valores de ingresos reales de dinero que se obtendrá en la empresa NUTRICATERING S.A.

³⁶ MIRANDA, Juan José; “Gestión de Proyectos”

CUADRO N 4.9 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA											
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UTILIDAD NETA		51,080.20	52,683.17	54,330.61	56,105.44	58,035.47	60,031.89	62,096.98	64,233.12	66,442.74	68,728.37
DEPRECIACION (+)		3,862.09	3,994.95	4,132.37	4,274.53	4,421.57	4,573.67	4,731.01	4,893.75	5,062.10	5,236.23
AMORTIZACION (+)		1036.44	1036.44	1036.44							
CAPITA DE TRABAJO (+)											5,606.29
INVERSION (-)	-33,149.00										
VALOR PRESTAMO (+)	19,145.42										
AMORTIZACION DEL CAPITAL (-)		-500.48	-555.64	-616.87							
FLUJO DE CAJA	-14,003.58	55,478.25	57,158.92	58,882.56	60,379.96	62,457.04	64,605.56	66,827.99	69,126.87	71,504.84	79,570.89

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

4.4.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

Son aquellos indicadores financieros que sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera convertir ventas en utilidades, es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso.

La interpretación de los resultados que arrojan los indicadores económicos y financieros está en función directa a las actividades, organización y controles internos de las Empresas como también a los períodos cambiantes causados por los diversos agentes internos y externos que las afectan.³⁷

4.4.1.- COSTO DE OPORTUNIDAD

“Utilidad máxima que podría haberse obtenido, de la inversión en cualquiera de sus usos alternativos.”³⁸

Aquí se presenta el cálculo del costo de oportunidad:

Datos:

- ✓ Tasa Activa: 9,21%
- ✓ Tasa Pasiva: 4,87%
- ✓ Recursos Propios: 42,24%
- ✓ Préstamo: 57,76%
- ✓ Riesgo: 4,95%
- ✓ Tasa impositiva: 42,65%

³⁷ QUISIGUIÑA Francisco, “La Gerencia Financiera a través de Indicadores

³⁸ GRAHAM, Friend y ZEHLE, Stefan; “Cómo diseñar un Plan de Negocios”

$$t = \frac{15\% \text{ Participación trabajadores} + 25\% \text{ impuesto a la renta}}{\text{Utilidad antes de impuestos}}$$

$$t = \frac{12.018,87 + 17.026,73}{68.106,94}$$

$$t = 0,4265$$

Cálculo del Costo de Oportunidad (k)

$$k = ((TP * \% \text{ recursos propios}) + (TA * (1-t) * \% \text{ préstamo})) + \% \text{ riesgo} + \text{inflación}$$

$$k = ((0,0487 \times 0,4224) + (0,0921 \times (1 - 0,4265) \times 0,5776)) + 0,0495 + 0,0431$$

$$k = 0,1437$$

$$k = 14,37\%$$

4.4.2.-VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El valor actual neto consiste en, traer a valores actuales los flujos futuros y se calcula, sacando la diferencia entre los ingresos y los egresos, o en su defecto el flujo neto de caja expresad en moneda actual a través de una tasa de descuento especifica”³⁹

La formula para calcular el VAN es:

$$VAN = -I_o + \sum \frac{F.N.C.}{(1+i)^n}$$

Io= Inversión Inicial

i= Tasa de interés (costo de capital)

F.N.C.= Flujo neto de caja

A continuación se muestra el cálculo del VAN para el proyecto:

³⁹ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.10 VALOR ACTUAL NETO

VAN (VALOR ACTUAL NETO)											
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
F.C.N	-14.003,58	55.478,25	57.158,92	58.882,56	60.379,96	62.457,04	64.605,56	66.827,99	69.126,87	71.504,84	79.570,89
Flujos de caja neto actual	14.003,58	12.246,24	10.709,44	9.365,49	8.190,20	7.162,39	6.263,57	5.477,54	4.790,16	4.189,03	3.663,34
VAN											59811,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

En un proyecto, es necesario que el valor del VAN sea igual o mayor a cero, esto demostrará que el mismo es viable y que puede ser ejecutado con confianza.

En el proyecto, el VAN que se ha obtenido es de USD 59.811,16; lo que quiere decir que el valor que se ha invertido se podrá recuperar, esto más un beneficio adicional; por lo cual podemos decir que el proyecto es completamente confiable y rentable.

4.4.3.-TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa interna de retorno, es aquella que al aplicarla en la actualización de los flujos de beneficios y costos hace que la diferencia entre los mismos en términos de valore actuales, sea igual a cero”⁴⁰

Para el cálculo de la TIR, se manejará un proceso de interpolación entre una tasa mayor y una tasa menor, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right]$$

tm= tasa menor.

TM= tasa mayor.

VAN_{tm}= VAN calculado con tm.

VAN_{TM}= VAN calculado con TM.

$$TIR = 12 + (14 - 12) \left[\frac{65119,76}{65119,76 - 59040,70} \right]$$

$$TIR = 33,42\%$$

INTERPRETACION.- 33,42/100 = 2,99; significa entonces, que el dinero retorna en 3 años, que la rentabilidad del proyecto es de 33,42%, y ese porcentaje tendrá cada año hasta recaudar en tres años el valor total de la inversión. La interpretación que proporciona adicionalmente la TIR, es que, la empresa no puede endeudarse en una tasa mayor a 33,42%.

⁴⁰ MUÑOZ Mario, Perfil de Factibilidad

4.4.4.- PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es aquel nivel de producción, en el cual la organización ni pierde ni gana, es decir el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales.

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto, o prestar un servicio. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Costos variables.- son aquellos que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Costos fijos.- son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios”.⁴¹

A continuación se presenta el cálculo de los costos fijos y los costos variables del proyecto, los cuales son la base para el cálculo del punto de equilibrio

⁴¹ BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”

CUADRO N 4.11 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo fijo										
Depreciaciones	3,862.09	3,994.95	4,132.37	4,274.53	4,421.57	4,573.67	4,731.01	4,893.75	5,062.10	5,236.23
Amortizaciones Intangibles	1036.44	1036.44	1036.44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Reparacion y Mantenimiento	906.00	937.17	969.40	1,002.75	1,037.25	1,072.93	1,109.84	1,148.02	1,187.51	1,228.36
Seguros	1,045.92	1,081.90	1,119.12	1,157.61	1,197.44	1,238.63	1,281.24	1,325.31	1,370.90	1,418.06
Gastos Administrativos	17,918.01	18,534.39	19,171.97	19,831.49	20,513.69	21,219.36	21,949.31	22,704.36	23,485.40	24,293.29
Gastos financieros	1,739.84	1,108.66	407.92	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL COSTO FIJO	26,508.30	26,693.50	26,837.23	26,266.38	27,169.94	28,104.59	29,071.39	30,071.44	31,105.90	32,175.95

Costo variable

Materiales Prima	38,556.00	39,882.33	41,254.28	42,673.43	44,141.39	45,659.86	47,230.55	48,855.29	50,535.91	52,274.34
Mano de Obra directa	7,711.20	7,976.47	8,250.86	8,534.69	8,828.28	9,131.97	9,446.11	9,771.06	10,107.18	10,454.87
Insumos	1,138.32	1,177.48	1,217.98	1,259.88	1,303.22	1,348.05	1,394.43	1,442.39	1,492.01	1,543.34
TOTAL COSTO VARIABLE	47,405.52	49,036.27	50,723.12	52,467.99	54,272.89	56,139.88	58,071.09	60,068.74	62,135.10	64,272.55

COSTOS TOTALES	73,913.82	75,729.77	77,560.34	78,734.37	81,442.84	84,244.47	87,142.48	90,140.18	93,241.00	96,448.49
-----------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

A continuación se presenta el cálculo del punto de equilibrio:

Cálculo costo variable unitario del primer año.- para este cálculo se tomará el costo variable al primer año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será la cantidad de almuerzos anuales.

$$CV \text{ unitario} = \frac{\text{Costo variable}}{\text{Cantidad}}$$

$$CV \text{ unitario} = \frac{47.405,52}{50400}$$

$$CV \text{ unitario} = 0,94$$

Cálculo costo variable unitario del décimo año.- para este cálculo se tomará el costo variable al décimo año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será la cantidad de almuerzos anuales.

$$CV \text{ unitario} = \frac{\text{Costo variable}}{\text{Cantidad}}$$

$$CV \text{ unitario} = \frac{64.272,55}{50400}$$

$$CV \text{ unitario} = 1,28$$

Cálculo punto de equilibrio en unidades primer año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al primer año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario.

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{\text{Costo fijo}}{PV \text{ unitario} - CV \text{ unitario}}$$

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{26.508,30}{1,98 - 0,94}$$

$$PE_{\text{unidades}} = 25.488,75$$

Este valor demuestra, que la empresa deberá tener una venta de 25.488 almuerzos en el primer año para no generar pérdidas.

Cálculo punto de equilibrio en unidades décimo año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al décimo año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será la diferencia entre el precio de venta al mismo año y el costo variable unitario.

$$PEq \text{ unidades} = \frac{\text{Costo fijo}}{PV \text{ unitario} - CV \text{ unitario}}$$

$$PEq \text{ unidades} = \frac{32.175,95}{2,58 - 1,28}$$

$$PEq \text{ unidades} = 24.750$$

Este valor demuestra, que la empresa deberá tener una venta de 24.750 almuerzos en el décimo año para no tener pérdidas.

Cálculo punto de equilibrio en dólares primer año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al primer año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será, el valor obtenido de restar 1 menos la división del costo variable al primer año, para las ventas totales tomadas del cuadro de ingresos (Pág. 80) de igual manera al primer año.

$$PEq \text{ dólares} = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PEq \text{ dólares} = \frac{26.508,30}{1 - \frac{47.405,52}{99.783,66}}$$

$$PEq \text{ dólares} = 50.499,98$$

El valor demuestra que la empresa deberá tener ventas por un valor aproximado de 50.500 dólares, para que no se registren pérdidas en el primer año.

Cálculo punto de equilibrio en dólares décimo año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al décimo año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será, el valor obtenido de restar 1 menos la división del costo variable al primer año, para las ventas totales tomadas del cuadro de ingresos (Pág. 80) de igual manera al décimo año.

$$PEq \text{ dólares} = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PEq \text{ dólares} = \frac{32.175,95}{1 - \frac{64.272,55}{130.205,47}}$$

$$PEq \text{ dólares} = 63.541,62$$

El valor demuestra que la empresa deberá tener ventas por un valor aproximado de 63.540 dólares, para que no se registren pérdidas en el primer año.

Cálculo punto de equilibrio en porcentajes primer año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al primer año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será, el valor obtenido de multiplicar la cantidad de almuerzos anuales por la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario al primer año.

$$PEq \% = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Unidades Producidas} * (\text{PV unitario} - \text{CV unitario})} \times 100$$

$$PEq \% = \frac{26.508,30}{50400*(2,00-0,94)} \times 100$$

$$PEq \% = 49,62\%$$

La empresa NUTRICATERING S.A. presenta un punto de equilibrio del 49%, en el primer año, lo que significa que para poder cubrir sus costos se debe lograr el 49% de las ventas, punto a partir del cual se obtiene ganancia, y si se desciende desde este mismo nivel, la empresa generará pérdida.

Cálculo punto de equilibrio en porcentajes décimo año.- para este cálculo se tomará el costo fijo al décimo año, especificado en el cuadro de costos fijos y variables (Pág. 93), y el divisor será, el valor obtenido de multiplicar la cantidad de almuerzos anuales por la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario al décimo año.

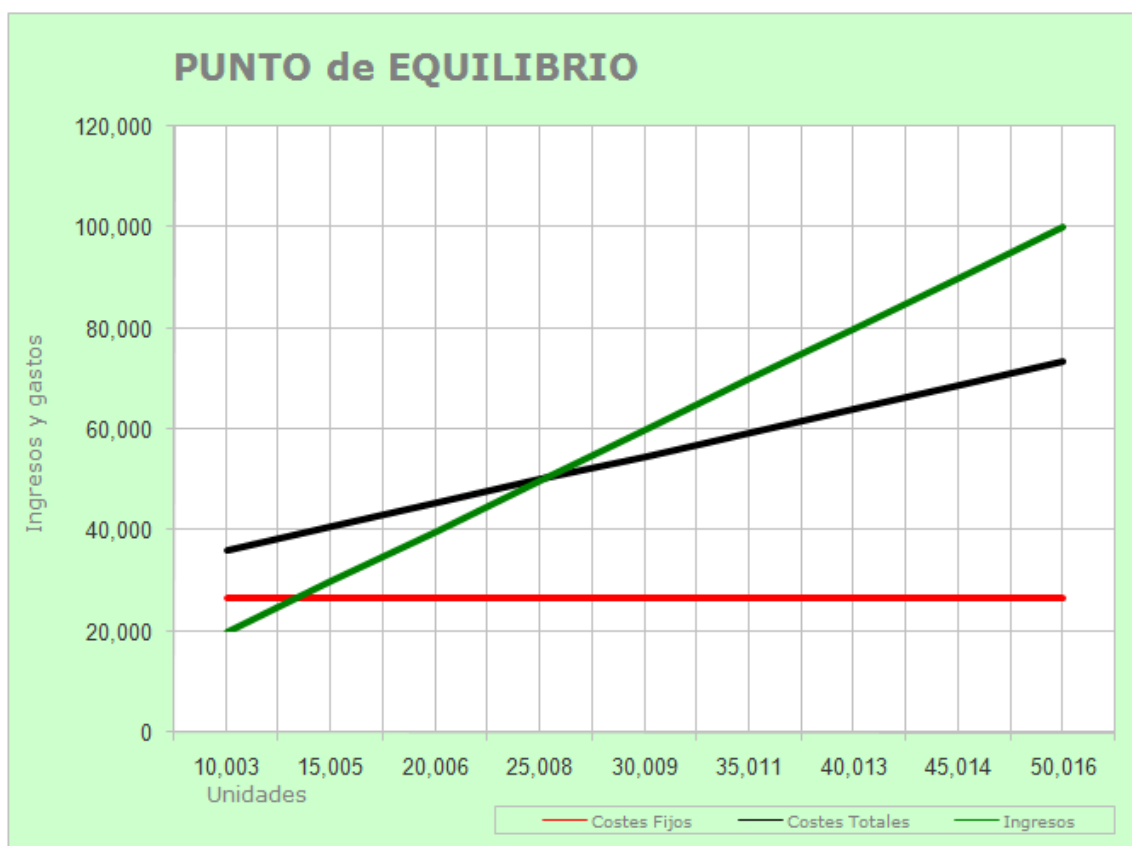
$$PEq \% = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Unidades Producidas}*(PV \text{ unitario} - CV \text{ unitario})} \times 100$$

$$PEq \% = \frac{32.175,95}{50.400*(2,58-1,28)} \times 100$$

$$PEq \% = 49,11\%$$

La empresa NUTRICATERING S.A. presenta un punto de equilibrio del 49%, en el primer año, lo que significa que para poder cubrir sus costos se debe lograr el 49% de las ventas, punto a partir del cual se obtiene ganancia, y si se desciende desde este mismo nivel, la empresa generará pérdida.

CUADRO N 4.12 PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

4.5.- INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros permiten tener una idea de los valores que constan en los estados financieros, y los otros informes de la empresa para así tener una visión de cómo esta marchando la empresa.

Para realizar el análisis económico y financiero de la empresa NUTRICATERING S.A. se tomó en cuenta tanto los ingresos como los egresos, permitiéndonos llegar a evaluar si existe o no utilidades en el desarrollo del proyecto, cuya vida útil es de 10 años, para llegar a obtener los resultados mencionados se aplicaron técnicas que consideran el valor del dinero en el tiempo, a fin de conocer la viabilidad y/o rentabilidad del proyecto, con el cual se puede determinar en el futuro su puesta en marcha u operación.

4.5.1.- ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO (IE)

Este índice representa el porcentaje de endeudamiento que tiene la empresa, en relación al capital invertido.

$$IE = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

$$IE = \frac{19.145,42}{33.149,00}$$

$$IE = 57,76\%$$

El índice de endeudamiento para el desarrollo del proyecto es 57,76%

4.5.2.- ÍNDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS (IR)

Este índice representa la utilidad que tendrá la empresa por cada dólar vendido.

$$IR = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos}}$$

$$IR = \frac{51.080,20}{99.783,66}$$

$$IR = 0,5119$$

La empresa obtendrá una ganancia de 0.50 centavos por cada dólar vendido.

4.5.3.- RENDIMIENTO DEL CAPITAL PROPIO (RCP)

Este índice representa la utilidad que tendrá cada accionista por el aporte hecho por los mismos.

$$RCP = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital propio}}$$

$$RCP = \frac{51.080,20}{14.003,58}$$

$$RCP = 3,64$$

El resultado muestra que se tendrá un rendimiento de 364% sobre el valor o capital que ha sido invertido por los accionistas.

4.5.4.-ÍNDICE DE COBERTURA DE INTERESES (ICI)

Este índice, nos indica la posibilidad que la empresa tiene para cubrir con el pago de intereses, en relación de la utilidad operacional.

$$ICI = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gasto de financiero}}$$

$$ICI = \frac{81.865,65}{1.739,84}$$

$$ICI = 47,05$$

Este índice nos indica que, se tendrá una utilidad operacional que será capaz de cubrir hasta 47,05 veces el gasto que se generen por intereses de la deuda.

CAPITULO V.- PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA EMPRESA NUTRI CATERING

5.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Se denomina **catering** o **cáterin**, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida. Para el proyecto presentado, he tomado también como objetivo trabajar en función de la seguridad alimentaria, la misma que hace referencia a la disponibilidad así como al acceso a alimento en cantidad y calidad suficiente.

Para lograrlo, se utilizarán herramientas tanto de mercadeo como financieras para poder establecer sus oportunidades, amenazas y riesgos dentro del mercado.

5.2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

5.2.1.-Requisitos para la creación y funcionamiento.-

1.- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, si contratare la compañía una institución de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública (semipública), por excepción puede formarse una compañía de esta especie con esa sola entidad (Art 147 de la Ley de Compañías).

2.- El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles o inmuebles), o incluso en dinero y especies, siempre que éstas, en cualquier caso correspondan al género de la compañía. Son aplicables a esta compañía los siguientes requisitos:

2.1.- La compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría. De conformidad con lo preescrito en el Art.

293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades, bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrán solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual – IEPI – a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

2.2.- Solicitud de aprobación.- la presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de 3 copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art 136 de la Ley de Compañías).

2.3.- El Objeto Social

2.3.1. Informes previos:

Afiliaciones (previas a la obtención de la inscripción, de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil):

A la Cámara de Comercio.- en caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género del comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de Comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Nota.- Cuando el objeto de una Compañía comprenda 2 o más actividades y para su desarrollo, a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de la Producción, compete a la Superintendencia de Compañías establecer la cámara a la que deba afiliarse.

3.- La sociedad anónima permite establecer un **capital autorizado**, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar, tanto el capital suscrito como el capital pagado, este cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito. Para que pueda realizar la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las cuotas de administración, conservación y reparación, así como del seguro. Al efecto el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura.

5.2.2.-Resolución de la Superintendencia de Compañías

REPUBLICA DEL ECUADOR

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

EXTRACTO

CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE NUTRICATERING S.A.

La compañía **NUTRICATERING S.A.** se constituirá por escritura pública de la siguiente manera:

1.- **CAPITAL:** Constituido por el monto suscrito de US\$ 15.000 dividido en acciones de USD \$ 10.00 c/u.

2.- **DENOMINACIÓN OBJETIVA:** La denominación de la sociedad será NUTRICATERING S.A.

3.- **ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN:** (Nota referencial)

Previo a la obtención y aprobación de la escritura se abrirá una Cuenta de Integración en el Banco Pichincha, por el monto del capital suscrito, para posteriormente seguir los consecutivos procedimientos:

El abogado Dr. Rodrigo King en libre ejercicio profesional elaborará la minuta, la cual se presenta a la Superintendencia de Compañías, donde el departamento jurídico emite un informe sobre la minuta; si ella está correcta, servirá para el otorgamiento de la escritura.

La minuta será elevada al carácter de Escritura Pública por el notario primero del cantón Quito, Provincia de Pichincha, Dr. Rigoberto Barrera., se obtienen 3 copias de la escritura, la Superintendencia de Compañías la aprueba por medio de la firma del Superintendente.

Se presenta en el registro mercantil para su inscripción; se devuelve a la Superintendencia de Compañías una copia de la escritura y resolución y se entrega el extracto para que se publique una sola vez. Se entrega a la Superintendencia de Compañías el periódico con la publicación; se emite los nombramientos de los administradores; se inscriben en el Registro Mercantil y copia de ellas a la Superintendencia para que las registre, se obtiene, en el Registro único de Contribuyentes.

Luego por oficio se autoriza el retiro del dinero depositado en la cuenta integración de capital. Solo en el caso de aporte de bienes inmuebles, deben inscribirse en el Registro de la Propiedad, antes de inscripción en el Registro Mercantil.

BORRADOR DE MINUTA DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

En la ciudad de Quito, capital de la República del Ecuador, ante el Dr. Renato Molina, Notaria séptima del cantón, comparecen a la celebración de la presente escritura: Miguel Ángel Valenzuela y Lilia Esmeralda Mora; cada uno por sus propios y personales derechos. Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana mayores de edad, actualmente domiciliados en esta ciudad de

Quito, Distrito Metropolitano, legalmente capaces para contratar como en derecho se requiere, a quienes de conocer doy fe y me piden que eleve a escritura pública el contenido de la minuta que me entregan cuyo tenor literal es el siguiente:

SEÑOR NOTARIA: en su registro de escrituras públicas, dígnese incorporar una que contengan un contrato de Constitución de la Sociedad Anónima expresada en las siguientes cláusulas

CLAUSULA PRIMERA:

Comparecientes.- intervienen en la constitución de esta Compañía el Sr. Miguel Angel Valenzuela Mora con número de cédula 171288001-0 de estado civil casado, y la Sra. Lilia Esmeralda Mora con número de cédula 060155723-4 de estado civil casada, por sus propios y personales derechos.

Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, actualmente domiciliados en la ciudad de Quito, libre y voluntariamente han resuelto unir sus capitales y convienen en celebrar, como en efecto lo hacen el presente contrato por el cual constituyen una compañía de Sociedad Anónima que se denominará “*NUTRICATERING S.A.*” Organizada de conformidad con las leyes vigentes de la República del Ecuador y regida a las estipulaciones estatutarias contenidas en la cláusula segunda de este contrato

CLAUSULA SEGUNDA.-

Estatutos de la compañía.- Esta compañía se regirá por los siguientes estatutos sociales:

ARTICULO PRIMERO.- Denominación.- La compañía se denominará “*NUTRICATERING S.A.*” Y se regirá por la Leyes del país, especialmente por la Compañías y los presentes estatutos

ARTICULO SEGUNDO.- Plazo y Duración.- La compañía tendrá una duración de treinta años contados a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo prolongarse o disolverse con anterioridad si así lo deciden los socios en junta general convocada expresamente al efecto y de acuerdo a las disposiciones legales pertinentes.

ARTICULO TERCERO.- Nacionalidad y Domicilio.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal será en la ciudad de Quito, pudiendo establecer sucursales, agencias u oficinas en cualquier lugar del país o exterior previo el cumplimiento de los requisitos de la ley.

ARTICULO CUARTO.- Objetivo Social.- la compañía tendrá por objeto social la prestación de los siguientes servicios: UNO.- Preparación y Distribución de Alimentos al personal de la Compañía Comercial ETATEX, DOS.- Desarrollo de proyección de inversión relacionados con el objeto social determinado. Podrá adquirir acciones o participaciones o cuotas de compañías de cualquier clase pudiendo realizar y celebrar toda clase de actos y contratos ya sean civiles o mercantiles, de la naturaleza que fueran, con empresas privadas, públicas o semi públicas e invertir en licitaciones y concurso de ofertas, todo ello para el fiel cumplimiento de sus fines con relación a su objetivo social.

ARTICULO QUINTO.- Capital Social.- El capital social de la Compañía se lo establece en la suma de quince mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 15.000), divididos en 1500 acciones de diez dólares cada una (USD 10,00) acumulativas e indivisibles.

ARTICULO SEXTO.- De las Participaciones.- las participaciones se expedirán con lo dispuesto en la Ley de Compañías entregando a cada socio en certificado de aportación en el que constará necesariamente su carácter de no negociable.

CLAUSULA TERCERA

Suscripción y Pago de Capital.- el capital social de la Compañía queda suscrito y pagado en su totalidad de conformidad con el siguiente cuadro de integración de capital

CUADRO N 5.1 SOCIOS EMPRESA

PARTICIPANTES	CAPITAL SUSCRITO (en dólares)	CAPITAL PAGADO (en dólares)
Miguel Angel Valenzuela	8.000	8.000
Lilia Esmeralda Mora	7.000	7.000
TOTAL	15.000	15.000

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

5.2.3.-Permisos de Funcionamiento

1.- Organismos fiscales

RUC:

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un sistema que tiene por objeto registrar e identificar a los contribuyentes y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El número de inscripción en el RUC es personal e intransferible, los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información proporcionada para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

Las sociedades que se hallan sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, se inscribirán y actualizarán su RUC en las dependencias de esta institución.

Para poder realizar las operaciones comerciales, se comunicará al SRI (Servicio de Rentas Internas) de la ciudad de Quito, la formación de la empresa

así también la actividad que realizará, fecha de inicio de operaciones, y otros requisitos formales para la obtención del RUC los mismos que se resumen a continuación:

- ❖ Llenar el formulario RUC 01-A y firmado por el representante legal.
- ❖ Llenar el formulario RUC 01-B y firmado por el representante legal.
- ❖ Original y copia de la escritura pública aprobada por la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Domicilio inscrito en el registro mercantil.
- ❖ Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- ❖ Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- ❖ Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del gerente general.
- ❖ Copia del registro de sociedades.

2.- Obligaciones Tributarias: emisión de facturas, comprobantes de retención en la fuente, comprobantes de retención al IVA y comprobantes de guía de remisión.

Declaración y pago de impuestos:

IVA y retenciones en la fuente y al IVA.- se realizará en forma mensual de acuerdo al noveno dígito del RUC.

Impuesto a la Renta.- se lo realizará de manera anual, el cálculo se efectúa en base a la utilidad del último ejercicio económico, luego de aplicar el 15% de participación de utilidades a trabajadores, aplicando a este el 25%. Y su declaración se la realiza en el mes de abril del año siguiente, en las fechas asignadas de acuerdo al noveno dígito del RUC, y este rubro también se retiene en el caso de trabajadores bajo dependencia de la empresa de acuerdo a los porcentajes señalados en la tabla emitida por el SRI.

3.- Organismos de salud

La obtención del registro sanitario, al cual se puede acceder cumpliendo los siguientes requisitos:

- ❖ El registro sanitario tiene vigencia de diez años, contados a partir de la fecha de expedición.
- ❖ Para mantener la vigencia del registro sanitario, su titular deberá cancelar la tasa de mantenimiento anual correspondiente, a nombre del Instituto Nacional de Higiene, hasta el 31 de marzo de cada año, caso contrario la autoridad de salud procederá a la cancelación del registro sanitario.

La solicitud y los requisitos antes descritos se entregarán en cualquier laboratorio Regional del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez”.

Si no se encuentran observaciones: la elaboración del informe respectivo y concesión del Certificado de Registro Sanitario, se lo otorgará máximo en treinta días.

Certificado de salud de cada uno de los empleados que participan en producción y movilización del producto. Solo necesita ir el empleado con su cédula y las muestras que le pedirán para los respectivos exámenes al dispensario que proporciona este carnet: Centro de Salud No.1, ubicado en el centro histórico de Quito, desde las 7h00 hasta las 16h30.

4.- Organismos Públicos

Corporación Financiera Nacional (CFN).- banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país. La CFN durante su trayectoria institucional, ha consolidado su actividad crediticia, reiterando el compromiso de continuar sirviendo al sector productivo con especial atención a la micro y

pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo buscando mejorar y resaltar la gestión empresarial como fuente de competitividad a mediano y largo plazo.

Alcaldía de Quito.- la misma que entrega la Patente municipal obligatoria para el ejercicio de una actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Cuerpo de Bomberos.- Permiso de funcionamiento.

Ministerio de Trabajo y Empleo.- Certificado de Actividades Complementarias, que se obtiene mediante los siguientes pasos:

1. Recurrir al IESS, con lo siguiente:
 1. Una carta en donde solicita Certificado que acredite la titularidad de su número patronal y de no encontrarse en mora en el cumplimiento de obligaciones patronales.
 2. Copia de su RUC
 3. Copia de cédula y certificado de votación
 4. Copia del último comprobante de pago de planillas.
2. Este certificado le entregan en 24 horas.
3. Ahora, para obtener el Certificado del Ministerio de Trabajo se reúne lo siguiente:
 1. Certificado del IESS en el que consta como Patrono.
 2. Copia de su RUC notariada
 3. Copia de su cédula y votación notariada
 4. Contrato de arrendamiento inscrito en juzgado del inquilinato o escritura pública de propiedad del inmueble.
 5. Solicitud ("Formulario para Usuarios" que le dará el Ministerio de Trabajo).
4. Esta documentación se la entrega en el Ministerio de Trabajo.

5. Llenar el "Formulario para Usuarios" y Requisitos para Personas Naturales en las Actividades Complementarias de (Limpieza Mensajería, Alimentación).
6. Se lo entregarán en 24 horas.

Registro Mercantil.- en esta institución se deberá inscribir tanto a la compañía como al representante legal, cumpliendo con el trámite correspondiente.

Requisitos para la inscripción del representante legal de la empresa en el Registro Mercantil

- ❖ Tres ejemplares con firmas originales del nombramiento por cargo.
- ❖ Copia del acta de Junta de Accionistas Socios según corresponda.
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía, identificación o pasaporte donde conste claramente el número y la firma según si es ecuatoriano.
- ❖ Copia de la papeleta de votación si es Ecuatoriano.

En el nombramiento debe constar:

- ❖ Fecha de otorgamiento
- ❖ Nombre de la compañía, así como los nombres y apellidos de la persona natural o bien el nombre de la compañía en cuyo favor se extendiere.
- ❖ Fecha del acuerdo o resolución del órgano estatutario que hubiere hecho la designación o en su caso la mención de la clausura del contrato social en que ella conste.
- ❖ Cargo o función a desempeñarse.
- ❖ Periodo de duración del cargo.
- ❖ Enunciación de que la persona natural o compañía designada ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sola o conjuntamente con otra u otros administradores.

- ❖ Fecha de otorgamiento de la escritura pública en que consten las atribuciones vigentes del representante legal, el notario que autorizó esa escritura y la fecha de su inscripción en el registro mercantil.
- ❖ Nombre y firma autógrafa de la persona que extienda por la compañía el nombramiento.
- ❖ Aceptación del cargo al pie del nombramiento, de parte de la persona natural en cuyo favor se le hubiere discernido, si el nombramiento se hubiera extendido a una compañía , tal aceptación la hará su representante legal o nombre de ella,, en cualquier caso se indicará el lugar y fecha en que esa aceptación se hubiere producido.

Requisitos para inscribir la empresa en el Registro Mercantil

- ❖ Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda, y tercera copias.
- ❖ Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras sean estas de la Superintendencia de Bancos o Compañías.
- ❖ Afiliación a la Cámara, según su objeto social (Debe constar el aumento del capital si trata de aquello. Disolución o liquidación la desafiliación respectiva).
- ❖ Publicación del extracto (periódico).
- ❖ Razones notariales, que indiquen que los notarios han tomado nota de las resoluciones al margen de la constitución.
- ❖ Copias de la cédula y papeleta de votación del compareciente (vigente).

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).- es requisito necesario obtener el Número Patronal, el mismo que se tramita en la antes mencionada, a través del cual se afiliarán a los trabajadores de la compañía y consecuentemente el pago mensual de aportes tanto personales como patronales.

5.3.- FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Naturaleza.

La empresa NUTRICATERING S.A. se ha constituido como una sociedad anónima considerando los siguientes aspectos

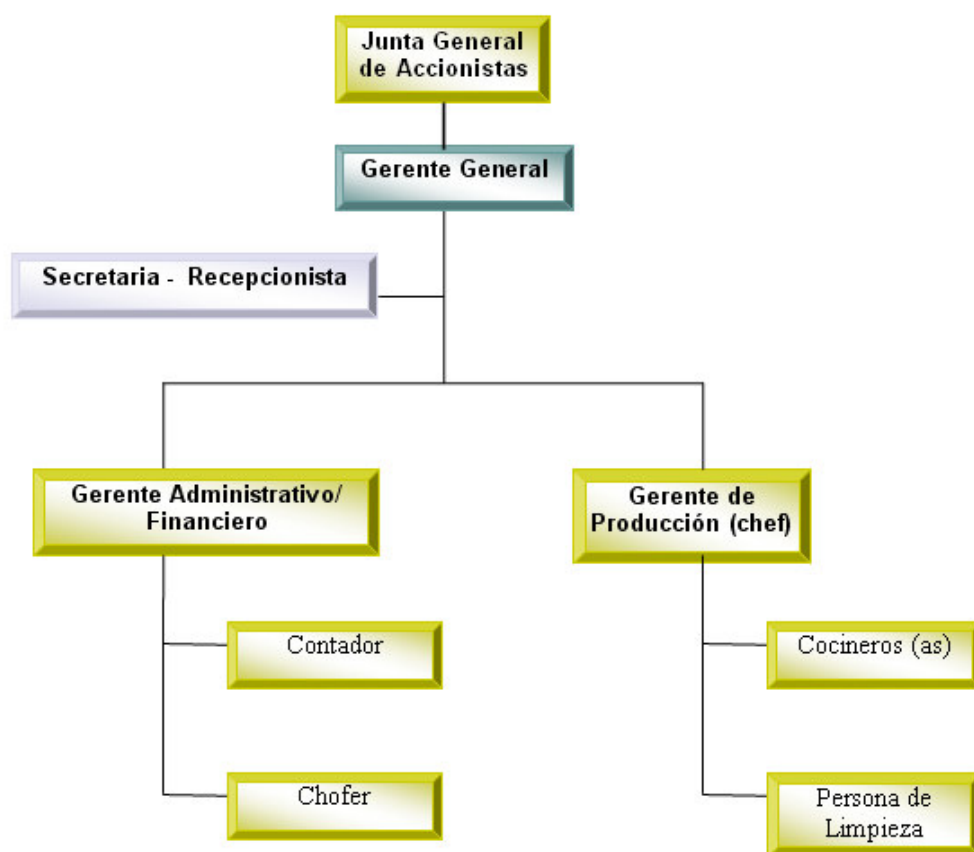
Domicilio.

La Empresa NUTRICATERING S.A. se encontrará domiciliada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, sector SOLCA.

Duración.

Sé prevé que esta empresa se constituya, instale y opere a partir del mes de abril de 2011 y tenga una duración de diez años a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo prorrogarse sucesivamente y por cualquier periodo o disolverse antes del plazo convenido, por causa legal o cuando así lo decidiere la Junta General de Socios.

5.3.1.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA NUTRICATERING S.A.



5.3.1.1.- REGLAMENTO ORGÁNICO FUNCIONAL

Junta General de Accionistas

Elaborará el reglamento orgánico funcional, que regirá dentro de la empresa. Tomará decisiones administrativas financieras y operativas, seleccionará y designará al representante legal de la compañía o Gerente General, así como determinará el período por el cual ejercerá el cargo, adicionalmente vigilará que se cumpla con el reglamento orgánico funcional.

Gerente General

Aplicará y motivará al equipo de trabajo para el desempeño de las estrategias, que coadyuvarán a la realización de la misión establecida por la empresa.

Secretaria-Recepcionista

Tendrá como funciones las siguientes:

Atender personal, virtual y telefónicamente los requerimientos tanto de proveedores, así como de los contactos de la empresa Etafashion, con quienes se haya asignado para coordinar la alimentación al personal, colocar ordenadamente los archivos, facturas y demás documentación física y virtual, redactar la correspondencia siguiendo las instrucciones generales, colaborar en la organización y atención de las reuniones de trabajo que deban llevarse a cabo, observar un orden general en la oficina para facilitar la ejecución de las labores, coordinar personalmente las reuniones con el fin de preparar la documentación pertinente, velar por el buen uso y conservación del equipo y los elementos bajo su custodia, archivar las carpetas de los usuarios vinculados a la entidad.

Gerente Administrativo y Financiero

Coordinará los aspectos enmarcados dentro de lo administrativo tales como: recursos humanos, y tomará decisiones dentro del campo financiero coordinando con el contador.

Contador

Elaborará la contabilidad de manera diaria, para lo cual contará con un sistema contable que le permitirá emitir cheques y registrar pagos, hasta llegar a los estados financieros, realizará las observaciones y recomendaciones correspondientes, procesará la nómina y rol de pagos del personal que constituye la empresa, y calculará los rubros correspondientes a impuestos fiscales. Así también colaborará con el ingreso y recaudación de facturas fiscales.

Chofer

Será el encargado de realizar los recorridos para la compra de la materia prima, que permita la elaboración de los alimentos, otra de sus funciones será la de conducir el vehículo en el que se trasladen los alimentos desde el lugar

donde se preparan hasta la empresa Etafashion, donde serán consumidos. Deberá estar a disposición de la Gerencia de la empresa para cualquier requerimiento adicional.

Gerente de Producción

Será el encargado de vigilar, coordinar y evaluar el proceso operativo, para lo cual trabajará conjuntamente con su equipo, en el afán de llegar al cumplimiento de objetivos fijados, así también supervisará que todos los procesos de elaboración y preparación de los alimentos, cumplan con las exigencias tanto sanitarias como de calidad, comprobará la correcta presentación del mismo y guiará en los correctivos necesarios.

Cocineros (as)

Será el equipo que se encargue de la producción de los alimentos en sus diferentes fases, estarán guiados por el Gerente de Producción.

Persona de Limpieza

Responsable de que todas las áreas que conforman la empresa NUTRICATERING S.A. estén totalmente limpias, con el fin de tener un lugar de trabajo óptimo, de calidad, y siempre manteniendo la salubridad como política de la empresa, considerando además la naturaleza de la empresa que será la elaboración de alimentos, para lo cual la limpieza es el factor primordial.

5.4.- ESTRATEGIA EMPRESARIAL

5.4.1. MISIÓN

Otorgar al mercado nacional una nueva alternativa de alimentación, mediante la técnica de Catering, ofreciendo productos con alto valor nutritivo y de calidad, que permita satisfacer las exigencias de nuestros

consumidores, para de esta manera posesionarnos en el mercado, como una empresa ampliamente reconocida por su eficiencia en la producción, y comercialización de alimentos de calidad.

5.4.2. VISIÓN

Constituir una empresa sólida, de alto reconocimiento que permita ampliar el mercado y la cartera de clientes y empresas que requieran los servicios de NUTRICATERING S.A. De esta manera lograr que las empresas usuarias de nuestro servicio, permita que sus colaboradores puedan orientar más tiempo a las tareas propias de su actividad productiva, conociendo de antemano que su salud alimentaria está en las mejores manos.

5.4.3.- PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Ética

Gerenciaremos la empresa de manera ética, dentro de los principios de integridad, justicia, honestidad, respeto y responsabilidad de nuestros accionistas.

Excelencia

Buscar perseverantemente la perfección, trabajando con practicas sobresalientes en la gestión de la organización y el logro de resultados, basados en conceptos fundamentales que incluyen: la orientación hacia los resultados, orientación al cliente, liderazgo, aceptando los obstáculos que dicho esfuerzo trae.

Rentabilidad – beneficios

La rentabilidad es condición de supervivencia. Solo organizaciones rentables, pueden crecer y asegurar su permanencia en el mercado, contribuyendo en el desarrollo de nuestro país, de la empresa NUTRICATERING S.A y de la sociedad en general.

Calidad

Nuestra filosofía será la calidad, compromiso diario y permanente; lo cual se transmitirá constantemente, al talento humano que conforma NUTRICATERING S.A. en productos, servicios y suministros.

Recursos humanos

Nuestras acciones estarán asignadas por el respeto a las personas, creencias, valores y derechos; pero, también habrá exigencias de responsabilidad y cumplimiento mutuo.

Ambiente

La empresa está comprometida con la preservación del medio ambiente, nuestra planta operará teniendo presente, los parámetros de la legislación de protección al medio ambiente.

Servicio

Nuestra empresa brindará satisfacción al cliente tanto interno como externo. Lo cual debe darse en la gestión administrativa, las relaciones humanas, y demás procesos de la organización, logrando así la excelencia en el servicio.

5.5.- MARKETING MIX

Se define como: Una serie de técnicas que utilizan las empresas para generar rentabilidad y superar a la competencia, en base a la satisfacción del cliente, el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales, se denomina la teoría de las «cuatro pes», ya que se utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «p»⁴²

- *Product* --> Producto

⁴² Editorial Díaz de Santos, Marketing Mix: Concepto, estrategia y aplicaciones.

- *Place* --> Distribución – Venta, Plaza
- *Promotion* --> Promoción
- *Price* --> Precio

Una de las características más útiles e importantes del marketing es planificar, el futuro de la empresa, apoyándonos para ello en las respuestas que se ofrece a las demandas del mercado, ya que el mismo está en constante cambio y evolución, el éxito dependerá en gran parte, de la capacidad de adaptación y antelación a estos cambios. Se debe tener la capacidad de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado afectarán a la empresa y de establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio, esto es, crecimiento de la empresa Etafashion, lo que conlleva a ampliar la capacidad instalada de NUTRICATERING S.A. para satisfacer las necesidades de la empresa y sus colaboradores, como había explicado en capítulos anteriores, lo que se espera a futuro es poder abarcar todas las sucursales de la empresa en la zona norte de la capital, inicialmente se trabajará con el área administrativa, departamentos de sistemas, crédito, cobranzas, importaciones, recursos humanos, outlet, local de la Panamericana Norte, que suman en total 210 personas.

Entonces, el marketing mix que se plantea, busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos previamente establecidos.

Definamos a continuación, los componentes de la “estrategia de marketing”:

1.- Producto.- “es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus

necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo.”⁴³

2.- Plaza.- es el lugar donde vendemos el producto. Es recomendable, antes de abrir una empresa hacer un estudio de mercado de la zona donde se pretende abrir el negocio. Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa.⁴⁴

3.- Promoción.- es la publicidad que se realiza para vender el producto, Lo importante de esta variable es que podamos definir qué tipo de publicidad vamos a desarrollar en función del segmento de consumidores que estamos buscando.⁴⁵

4.- Precio.- El precio es el costo al público o precio de venta, es uno de los factores claves para la venta de un producto pero no es el único y no es el determinante en la mayoría de los casos, El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa.⁴⁶

Abordemos ahora, la aplicación de las “cuatro P’s” para la empresa NUTRICATERING S.A.

Producto.- la empresa, oferta almuerzos saludables en beneficio de los colaboradores y su desempeño laboral, dietas balanceadas que provean la energía y nutrientes, que le permitan realizar sus actividades laborales en función de su concentración que se encuentra altamente ligada a una adecuada alimentación.

⁴³ MUÑIZ Rafael, Marketing en el Siglo XXI

⁴⁴ MUÑIZ Rafael, Marketing en el Siglo XXI

⁴⁵ MUÑIZ Rafael, Marketing en el Siglo XXI

⁴⁶ MUÑIZ Rafael, Marketing en el Siglo XXI



Tallarín con verduras



Pechugas de Pollo Asadas

Plaza.- Actualmente la empresa Comercial Etatex, no cuenta con un servicio de alimentación, que les permita desarrollar su talento humano en forma óptima, lo que constituye una traba para el mejoramiento de su desempeño, generando un descontento de los colaboradores y empleados, por lo cual mi propuesta tiene como plaza o lugar de distribución, la mencionad empresa.

Promoción.- para este caso aplicaré la estrategia del packaging, es la presentación del producto, debe demostrar todos los atributos que éste ofrece, todo lo bueno que va a aportarle al consumidor si lo compra. El prospecto debe "comprar" lo que estamos poniendo a su alcance sólo con mirarlo, ya que descubrirá las soluciones que está buscando a primera vista, es decir la calidad

del producto debe ser totalmente visible, y en el caso de NUTRICATERING también en el delicioso sabor de los alimentos.

NUTRICATERING



Sano, saludable y delicioso

Precio.- para el cliente el precio del producto, se manifiesta de manera objetiva y subjetiva, de ahí la denominación de caro o barato expresado en unidades monetarias, lo que implica la aceptación o no del consumidor hacia el producto o servicio ofrecido, atendiendo a la capacidad para satisfacer necesidades. Es decir, que la empresa NUTRICATERING S.A. se basará en la prioridad de ofrecer calidad y buen servicio, por lo tanto el cliente pagará la cantidad solicitada para satisfacer sus necesidades alimenticias de una manera deliciosa y saludable.

El fijar un precio determinado, involucra el deseo de obtener beneficios para la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, ya que si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero que esto repercuta en los beneficios dependerá de la adecuada determinación y equilibrio. El precio establecido para cada almuerzo es de USD 2.00, valor que será descontado mediante rol de pagos de cada colaborador.

Entonces, se puede concluir que la filosofía para aplicar el marketing mix de la empresa NUTRICATERING S.A. sería: ***Poner el producto adecuado en el lugar correcto, al precio adecuado, en el momento correcto.***

NUTRICATERING



Sano, saludable y delicioso

CAPITULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- CONCLUSIONES

- Gracias a la realización del proyecto, y a la continua investigación, se puede concluir que en el sector norte de la ciudad capital, no existe un sistema adecuado de comercialización, que oferte los alimentos básicos a precios competitivos y accesibles para la población en general, lo que impide mejorar la calidad y la eficiencia de la población en su desempeño laboral, así como reducir los daños físicos e intelectuales para preservar la integridad del talento humano.
- La empresa NUTRICATERING S.A. tiene una muy buena oportunidad en el mercado, específicamente en la empresa Etafashion, que es donde se iniciará el servicio de catering, para ampliarse posteriormente a otras grandes empresas de la ciudad de Quito.
- Contar con una alianza estratégica con la empresa Etafashion, es un factor primordial, lo cual nos proporciona una importante ventaja competitiva, ya que se permitirá distribuir los alimentos previamente preparados, en las instalaciones de la empresa, de igual forma el valor de cada almuerzo será descontado mediante rol de pagos de cada colaborador.
- El Estudio de mercado, refleja que existe una amplia aceptación por la mayoría de trabajadores de la empresa Etafashion, de que se implemente el servicio de catering en la empresa, ya que podrán servirse los alimentos deliciosos, a la temperatura ideal, y sobretodo con la calidad e higiene en la preparación de los mismos.
- La estrategia de posicionamiento que se utilizará es la de Precio\Calidad, mediante la cual nos concentraremos en demostrar a

todos los clientes, que el servicio ofrecido tiene un costo bajo, pero con una excelente calidad

- La inversión requerida no es muy elevada, por lo tanto los inversionistas tenemos la posibilidad de recuperarla en un corto plazo, la inversión será cubierta en un 43% con recursos propios (fuentes internas) y el 57% con recursos ajenos (fuentes externas); mediante un préstamo en la Corporación Financiera Nacional (CFN).
- Gracias a los resultados obtenidos en la evaluación del proyecto, se pudo observar que la TIR es claramente superior al Costo de Oportunidad, teniendo porcentajes de 33% y 15% respectivamente, lo cual nos demuestra que el proyecto es totalmente rentable y factible, en relación a colocar la inversión en otros proyectos alternativos.
- La rentabilidad del proyecto es de 33,42%, y ese porcentaje tendrá cada año hasta recaudar en tres años el valor total de la inversión.

6.2.- RECOMENDACIONES

- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores, e incrementar la base de datos de los mismos, con el objetivo de ofrecer a nuestros distinguidos clientes más alternativas, a mejores precios.
- Una de las ventajas de este tipo de negocio y precisamente, una de las razones por las que no requiere de una gran inversión, es que, a diferencia de un restaurante, no necesitamos contar con un local en donde los clientes tengan que acudir, sino que podemos administrarlo desde nuestra propia casa, por lo tanto es recomendable invertir en este negocio.
- Es recomendable considerar la posibilidad de comprar a un tercero los postres podríamos comprárselos a alguna pastelería que con el tiempo podría convertirse en nuestro proveedor, ya que específicamente es la actividad que tomaría más tiempo en la preparación. Lo mismo en el caso del personal, se puede contar con personal fijo, pero en algunos casos, de acuerdo a la magnitud del evento y a los requerimientos del cliente, podría ser necesario contratar temporalmente personal.
- Capitalizar la utilidad, mediante una reserva facultativa, que permita en un largo plazo, llegar a extender los servicios de la empresa NUTRICATERING S.A, abarcando diversas sucursales de la empresa Comercial Etatex.
- Es recomendable también elaborar frecuentemente investigaciones de mercado, para identificar nuevas necesidades y requerimientos de los clientes, y tomar acciones correctivas si fuese el caso.
- Estudiar la posibilidad a largo plazo, de ofrecer nuevos servicios en eventos sociales tales como: matrimonios, cumpleaños, bautizos, etc.

- Capacitar y educar a los colaboradores de la empresa Etafashion, acerca de la dieta en la alimentación, recomendada internacionalmente, con el fin de mejorar sus estilos de vida determinando altos índices de rendimiento y desempeño personal y laboral.
- Es importante debido al avance tecnológico, que para dar a conocer la empresa se utilicen medios de comunicación considerados ahora masivos, como es el Internet, por lo tanto posteriormente se debe crear un Website para la empresa NUTRICATERING S.A. donde se pueda ofrecer el servicio, presentar fotos y recetas, eventos en donde hayamos participado, y también podríamos incluir algunos testimonios de los clientes que hemos atendido y que han quedado satisfechos con nuestros servicios.

BIBLIOGRAFIA

- 1 ANDINO Patricio "Técnicas de Investigación Científica"
- 2 BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"
- 3 BRITO Mario, "Elaboración de Proyectos, FAO, PNUD"
- 4 BUCCELLA Jorge María, "Apuntes de Procesos Productivos"
- 5 COROZO, Miguel "Introducción a la Ingeniería del Proyecto"
- 6 DIAZ Diógenes, LEON Carlos, "Planificación del Capital de Trabajo"
- 7 Editorial Díaz de Santos, Marketing Mix: Concepto, estrategia y aplicaciones.
- 8 ELSBY Frank, "Enciclopedia de Marketing"
- 9 GRAHAM, Friend y ZEHLE, Stefan; "Cómo diseñar un Plan de Negocios"
- 10 CARRILLO DE ALBORNOZ Y SERRA José María "Manual de autodiagnóstico estratégico"
- 11 MÉNDEZ Rafael, "Formulación y evaluación de proyectos".
- 12 PORTER Michael 1980 Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar Industrias y Competidores)
- 13 MIRANDA, Juan José; "Gestión de Proyectos".
- 14 MUÑIZ Rafael, "Marketing en el Siglo XXI".
- 15 MUÑOZ Mario, "Perfil de la factibilidad".
- 16 OROZCO Julio Mario, "Estudio Técnico De Factibilidad".
- 17 PUGA René, "Microeconomía".
- 18 RODRIGUEZ Nelson, "Teoría y Practica de Investigación Científica".
- 19 VACA Urbina, Gabriel; "Evaluación de Proyectos".
- 20 VALDERRAMA Santiago "Métodos y Técnicas de Investigación Científica".

ANEXOS

ANEXO I

ENCUESTA:

1.- Su empresa cuenta con su propio restaurante?

Si

No

2.- Dónde almuerza usted todos los días?

- Restaurante
- Empresa
- Casa
- Otros (Llevo mi propia comida)

3.- Considera que la comida que usted consume es nutritiva?

Si

No

4.- Está satisfecho con el tipo de comida que se sirve a diario?

Si No

Calidad
Cantidad
Variedad

5.-Está a gusto con el ambiente del lugar donde Ud. almuerza?

Si

No

6.- Qué tiempo tiene designado para almorzar?

- 0H30
- 1H00

7.- Qué tipo de comidas Ud. almuerza frecuentemente?

- A Comidas Típicas
- B Comidas Vegetarianas
- C Comidas Rápidas
- D Comidas Dietéticas
- E Todas

8.- Cuánto gasta diariamente en promedio por su almuerzo?

- 0.50 – 1.00
- 1.0 – 1.50
- 1.50 – 2.00
- 2.00 en adelante

9.-Le gustaría que en su empresa exista el servicio de implementación de catering considerando que el mismo le brindará todas las comodidades que Ud. se merece?

- Si
- No

10.-Si contestó afirmativamente la pregunta anterior, Indique el precio máximo que usted estaría dispuesto a pagar.

- 2.0 - 2.50
- 3.0 - 3.50
- 4.0 - en adelante

ANEXO II

ROL DE PAGOS

	INGRESOS					EGRESOS						LIQUIDO A RECIBIR	FIRMA DEL TRABAJADOR
Cargo	Sueldo	Horas Extras		Comisiones	TOTAL INGRESOS	9,35 % IESS	ANTICIPOS SUELDOS	PRÉSTAMO IESS	IMPUESTO RENTA	MULTAS	TOTAL EGRESOS		
		Supl	Extr										
Gerente General	600.00	0	0	0	600.00	\$ 56.10	0	0	\$ 0.00	0	\$ 56.10	600.00	
Secretaria- Contadora	390.89	0	0	0	390.89	\$ 36.55	0	0	\$ 0.00	0	\$ 36.55	390.89	
Chef	350.00	0	0	0	350.00	\$ 32.73	0	0	\$ 0.00	0	\$ 32.73	350.00	
Cocinero	280.00	0	0	0	280.00	\$ 26.18	0	0	\$ 0.00	0	\$ 26.18	280.00	
Cocinero	280.00	0	0	0	280.00	\$ 26.18	0	0	\$ 0.00	0	\$ 26.18	280.00	
Chofer	250.00	0	0	0	250.00	\$ 23.38	0	0	\$ 0.00	0	\$ 23.38	250.00	
TOTALES	2150.89	0	0	0	2150.89	\$ 201.11	0	0	\$ 0.00	0	\$ 201.11	\$ 2,150.89	

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

ANEXO III

ROL DE PROVISIONES

N.-	Nombre	Cargo	TOTAL INGRESOS	12,15% APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
1	Miguel Valenzuela	Gerente General	600.00	\$ 72.90	\$ 50.00	20	\$ 49.98	300	\$ 492.88
2	Lilia Mora	Secretaria-Contadora	390.89	\$ 47.49	\$ 32.57	20	\$ 32.56	195.445	\$ 328.07
3	Edgar Perdomo	Chef	350.00	\$ 42.53	\$ 29.17	20	\$ 29.16	175	\$ 295.85
4	María Quishpe	Cocinero	280.00	\$ 34.02	\$ 23.33	20	\$ 23.32	140	\$ 240.68
5	Leonardo Jara	Cocinero	280.00	\$ 34.02	\$ 23.33	20	\$ 23.32	140	\$ 240.68
6	Angel Pérez	Chofer	250.00	\$ 30.38	\$ 20.83	20	\$ 20.83	125	\$ 217.03
			2150.89	261.33	179.24	120	\$ 179.17	1075.445	\$ 1,815.19

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia

ANEXO III

IMPUESTO A LA RENTA

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	% IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0	8910	0	0%
8910	11350	0	5%
11350	14190	122	10%
14190	17030	406	12%
17030	34060	747	15%
34060	51080	3301	20%
51080	68110	6705	25%
68110	90810	10963	30%
90810	EN ADELANTE	17773	35%

Nombre	Cargo	TOTAL INGRESOS MENSUALES	9,35 % IESS MENSUAL	SALDO MENSUAL	SALDOS ANUALES	ESTADO	FRACCIÓN BÁSICA	FRACCIÓN EXCEDENTE	SUMATORIA ANUAL IMPTO A PAGAR	IMPTO A PAGAR MENSUAL
Miguel Valenzuela	Gerente General	600.00	\$ 56.10	\$ 543.90	\$ 6,526.80	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00
Lilia Mora	Secretaria- Contadora	390.89	\$ 36.55	\$ 354.34	\$ 4,252.10	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00
Edgar Perdomo	Chef	350.00	\$ 32.73	\$ 317.28	\$ 3,807.30	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00
María Quishpe	Cocinero	280.00	\$ 26.18	\$ 253.82	\$ 3,045.84	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00
Leonardo Jara	Cocinero	280.00	\$ 26.18	\$ 253.82	\$ 3,045.84	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00
Angel Pérez	Chofer	250.00	\$ 23.38	\$ 226.63	\$ 2,719.50	NO EXCEDE			\$ 0.00	\$ 0.00

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación Propia